

Miscellanea

Modena
Galleria Bper:
nature morte tra
Sei e Settecento

» Lo spazio espositivo della Galleria Bper di Modena riapre al pubblico dal 5 aprile al 30 giugno con la mostra «L'incanto del vero. Frammenti di quotidiano nella natura morta tra Sei e Settecento», a cura di Lucia Peruzzi e Chiara Pulini, che mette in dialogo le due anime della Collezione Bper, il patrimonio artistico e l'archivio storico.

Chiesi e EIT Health: alleanza per accelerare l'innovazione

Il Gruppo entra nella rete che promuove un futuro più in salute per gli europei

» Il Gruppo Chiesi entra a far parte di EIT Health, una rete dedicata alla promozione di un futuro più in salute per i cittadini europei. Una collaborazione che sottolinea l'impegno di entrambe le organizzazioni nell'innovazione sanitaria.

L'ampio portafoglio di Chiesi comprende aree terapeutiche che includono le malattie respiratorie, dai neonati agli adulti, le malattie rare e ultra-rare e le cure specialistiche. Entrando a far parte di EIT Health (la Knowledge Innovation Community dedicata al settore salute dell'Istituto Europeo di Innovazione e Tecnologia - EIT - organismo dell'Unione Europea), Chiesi assume un ruolo di primo piano come partner industriale. L'alleanza garantisce a Chiesi l'accesso a uno dei più vasti network europei, a ulteriori opportunità di finanziamento, a piattaforme di condivisione delle conoscenze e alla capacità di influenzare le politiche europee di innovazione sanitaria.

All'interno di EIT Health Chiesi - spiega una nota dell'azienda - porta un approccio poliedrico all'innovazione sanitaria. «La sua vasta esperienza nella ricerca e nello sviluppo farmaceutico le consente di contribuire in modo significativo alla creazione di soluzioni sanitarie innovative. Con l'obiettivo di sfruttare un approccio terapeutico olistico per migliorare gli outcome dei pazienti, Chiesi condividerà anche la sua esperienza nelle soluzioni digitali integrate. Grazie alla sua presenza in più di



Gruppo Chiesi
Leader mondiale nel settore bio-farmaceutico, ha sede a Parma e opera in 31 Paesi.

100 paesi, Chiesi offre una prospettiva globale e un network che favorisce la collaborazione e la conoscenza».

«Siamo entusiasti di collaborare con EIT Health e il suo cluster locale InnoStars e di rafforzare i nostri legami all'interno dell'ecosistema europeo dell'innovazione», commenta Fabrizio Conicella, Head of Center of Open Innovation & Competence di Chiesi. «Questa partnership ci spinge a sfruttare la nostra profonda esperienza nel settore farmaceutico, nella salute digitale e nell'open innovation, ponendo le basi per progressi significativi nell'assistenza sanitaria sostenibile. Insieme, immaginiamo soluzioni pionieristiche

che rispondano alle esigenze in continua evoluzione dei pazienti e dei sistemi sanitari, promuovendo un futuro più in salute per tutti».

La partnership tra Chiesi e EIT Health offre opportunità di collaborazione con oltre 120 istituzioni, aziende e università leader in tutta Europa, tra cui l'Università della Sorbona, GE Healthcare, Karolinska Institute e Philips. L'ecosistema delle start-up sanitarie italiane sta rivelando uno dei più promettenti in Europa, con numerose storie di successo. La presenza di EIT Health in Italia, supportata da partner di rilievo internazionale tra i quali Synlab Italia e l'Uni-

versità degli Studi di Napoli "Federico II", accelera ulteriormente la crescita e l'impatto dell'innovazione sanitaria nel Paese.

«Siamo entusiasti di dare il benvenuto a Chiesi nel network EIT Health», dichiara dal canto suo Chiara Maiorino, Ecosystem Lead per l'Italia di EIT Health InnoStars. «Nell'ambito di questa collaborazione, lavoriamo per una visione condivisa di miglioramento dell'assistenza sanitaria in Italia e in Europa attraverso l'innovazione, con l'obiettivo finale di avere un impatto positivo significativo sulla società. Non vediamo l'ora di vedere i risultati fruttuosi della nostra nuova partnership».

Ieri incontro con Urso Parmigiano Reggiano: al Mimit i 90 anni del Consorzio

» Il Consorzio del Parmigiano Reggiano prosegue gli appuntamenti legati al 90° anniversario della fondazione con un momento di incontro - ieri - a Palazzo Piacentini, sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, con le istituzioni (presente Adolfo Urso, ministro dell'omonimo dicastero) e i rappresentanti della stampa italiana.

Per il presidente del Consorzio, Nicola Bertinelli, è l'occasione per raccontare la crescita e l'evoluzione di uno dei marchi italiani più noti del mondo: basti pensare che dalla nascita del Consorzio, a cui aderirono oltre 2.000 caseifici che lavoravano circa 37.000 tonnellate di Parmigiano Reggiano, la produzione è più che quadruplicata. Nel 2023, infatti, i 292 caseifici aderenti (situati nella zona di origine della Dop, che comprende le province di Parma, Reggio Emilia, Modena, Mantova a destra del fiume Po e Bologna a sinistra del fiume Reno) hanno prodotto 4,014 milioni di forme, pari a circa 161.000 tonnellate. Il giro d'affari al consumo ha toccato il massimo storico di 3,05 miliardi di euro (+5% sul 2022) con risultati positivi per le vendite totali a volume (+8,4%), sostenute da un andamento positivo dell'export (+5,7%), e, soprattutto, delle vendite in Italia (+10,9%).

Il Consorzio è inoltre tra i protagonisti della mostra Identitalia, The Iconic Italian Brands, esposta nell'atrio principale del Ministero fino a domani, dedicata ai più importanti marchi che hanno fatto e stanno facendo la storia del Paese.

Per il ministro Adolfo Urso «Il Consorzio Parmigiano Reggiano con i suoi 90 anni di attività rappresenta una importante realtà della filiera agroalimentare italiana. Il 15 aprile, con oltre 300 eventi, festeggeremo la prima Giornata Nazionale del Made in Italy, che nasce grazie all'omonima legge quadro, fortemente voluta dal governo Meloni, per valorizzare, promuovere e tutelare le realtà produttive italiane». «Siamo fieri che il Ministero ospiti questo incontro», ha detto Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano. «La nostra Dop è un prodotto che nasce da un sogno: quello della comunità della zona di origine, di coloro che in un piccolo territorio sono stati capaci di creare un'icona del Made in Italy amata dai consumatori in Italia e all'estero, unica e inimitabile».

Alimentare Si amplia l'offerta, in arrivo anche le vaschette Goccioline e Ringo

Algida e Barilla, prosegue la partnership

Presentate le novità Ice Cream del 2024: debutta il gelato Pavesini

» Prosegue la partnership strategica siglata tre anni fa da Algida e Barilla con tre nuove proposizioni in vaschetta.

Dopo il lancio dei gelati Pan di Stelle, Baiocchi, Ringo, Goccioline, lo stecco e il cono Togo, le novità per l'estate 2024 sono i Pavesini, per la prima volta in versione ice cream, le Goccioline e i Ringo nel formato in vaschetta.

Algida e Barilla nel 2021 hanno siglato un'alleanza per la valorizzazione di alcuni brand iconici con l'ambizione di rafforzare la presenza nel mercato dei gelati. La collaborazione si fonda su valori comuni ad entrambe le aziende - in primis l'impegno per la sostenibilità, spiega una nota - ed è all'insegna dell'innovazione e della

produzione Made in Italy.

La partnership strategica compie un ulteriore passo avanti con l'estensione nel segmento delle vaschette.

Pavesini, Goccioline e Ringo, nel nuovo formato in vaschetta non perdono di vista il bilanciamento tra profilo organolettico e gusto, alternando strati con mix di gelato e biscotti che richiamano al biscotto originale sia nello strato centrale del gelato che nelle guarnizioni.

Novità assoluta per Pavesini che per la prima volta si trasforma in un gelato ed entra nel mercato dell'Ice Cream con un gusto inconfondibile: il tiramisù, dolce italiano tra i più celebri, amatissimo nella versione con i biscotti leggeri nati dalla tradizione dei biscottini di No-



vara.

Nati da un'intuizione di Mario Pavesini nel 1948 come specialità locale con il nome di Biscottini di Novara, i Pavesini sono diventati una specialità tutta italiana.

Passiamo alle Goccioline. Dopo

essere entrate nel 2022 nel mercato dell'Ice Cream con un sandwich gelato ora il frollino più venduto in Italia e scelto da 8 milioni di famiglie italiane (Fonte Nielsen 2023) approda nel formato in vaschetta. 435 grammi. Ideale per la merenda

Algida Barilla
Prosegue quest'anno la partnership con tre nuove referenze.

di adulti e bambini.

Infine Ringo - altro brand amatissimo che entra nelle case di circa 8 milioni di famiglie (Fonte Nielsen 2023), un riferimento soprattutto per bambini e ragazzi della Gen Z - arriva nel formato in vaschetta con cremoso gelato alla vaniglia e cacao. Al centro un ricco strato di biscotti con l'iconica forma "R" di Ringo alla vaniglia e al cacao.

In linea con i valori di Algida e Barilla e con il resto della gamma nata dalla partnership, anche per Goccioline, Ringo e Pavesini vengono utilizzate - spiegano le aziende - «le migliori materie prime, come il latte fresco italiano di alta qualità. Come per tutta la gamma le confezioni sono riciclabili. In particolare, la vaschetta è realizzata interamente in carta».

La sfida per Algida e Barilla è stata quella di realizzare gelati in grado di richiamare l'esperienza e la bontà dei prodotti a cui si ispirano.