



agenzia stampa elettronica agroalimentare
(c.a.s.e.a.)

SOMMARIO

Anno 25° - n° 41 | 11 ottobre 2026

1.1 EDITORIALE

Si cambia! Il voto sarà un po' più popolare.

3.1 CEREALI

"Cereali e dintorni". Mercato sensibile ai "grandi" della Terra.

4.1 LATTIERO CASEARIO

Lattiero Caseario: "Prezzi stabili tranne per il Parmigiano"

5.1 AGROMECCANICA

EIMA 2026. Molte le novità in casa Nobili spa

7.1 CEREALI E PASTA

Molino Grassi sponsor al World Pasta Day dal 27 al 28 ottobre

8.1 AMICI ANIMALI

Mister Pet Informa. Cosa gradiscono i nostri pelosetti viziati?

9.1 VITICOLTURA

Carpineto, quando il vino diventa impresa e le generazioni diventano futuro

12.1 VITICOLTURA

Novacella, quando la sostenibilità diventa economia, la lezione di un'impresa che dura da quasi 900 anni

15.1 SATIRA

Una pace coi baffi

17.1 Nuova Editoriale

DALLA CARTA STAMPATA AL DIGITALE.

(per seguire gli argomenti correlati [clicca QUI](#))

Editoriale

Si cambia! Il voto sarà un po' più popolare.



La nuova legge elettorale passa anche al terzo passaggio a voto segreto. Nessun tiratore scelto e così via verso il voto rinnovato a pseudo preferenza.

Di **Lamberto Colla** Parma, 11 ottobre 2026 - L'approvazione definitiva alla Camera (avvenuta l'8 ottobre 2026) della nuova legge elettorale, ribattezzata dalla maggioranza "Stabilicum" e criticata dalle opposizioni con i nomi di "Melonellum" o "legge truffa", ridisegna radicalmente le regole del voto.

Neanche da credere. Le opposizioni erano in disaccordo col Governo e tra di loro nonostante, da che mondo è mondo, quasi tutti i governi hanno tentato e spesso sono riusciti a cambiare le modalità di accesso al voto, con motivazioni auree, ovviamente, e nessuno dichiarava l'opportunismo, compreso il governo Renzi, che di questa legge è in parte il padre putativo, anche se oggi si oppone.

Le nuove modalità di voto molto probabilmente saranno più favorevoli alle opposizioni. Infatti potranno giustificare la sconfitta determinata dal "Melonellum" e potranno chiamare a raccolta i loro Centri Sociali, ancora imbufaliti dagli sfratti, per mettere a ferro e fuoco le città in nome dell'Antifascismo e in favore della Palestina.

Prima di arrivare alle conclusioni facciamo un riassunto del nuovo sistema elettorale e delle ragioni delle opposizioni.



Il nuovo sistema supera il precedente Rosatellum e prevede:

Impianto proporzionale corretto da un premio di maggioranza: Viene assegnato un premio (70 seggi alla Camera e 35 al Senato) alla lista o alla coalizione che raggiunge la soglia del 42% dei voti in entrambe le Camere.

Candidato Premier: Sulla scheda è obbligatorio indicare il nome del candidato alla presidenza del Consiglio.

Voto e Preferenze: È previsto un sistema misto con capilista bloccati e il ritorno delle



preferenze.

Altre novità: Introduzione del voto esteso per i fuori sede e i caregiver familiari, e regole specifiche per le soglie e le firme di presentazione.

L'opposizione, come anticipato, ha duramente osteggiato il provvedimento, inscenando proteste plateali nell'aula di Montecitorio con cartelli recanti scritte come "Legge truffa", "No all'imbroglione" e slogan incentrati sul contrasto tra le priorità del governo e le emergenze sociali (come sanità e caro-energia). Almeno hanno avuto il buongusto di non portare bandiere e cartelli PROPAL.

La segretaria **Elly Schlein** ha guidato l'attacco frontale contro la maggioranza, focalizzandosi sul tempismo e sulle motivazioni politiche della riforma. L'accusa principale è di opportunismo. Il PD ha rimproverato alla maggioranza di aver impiegato mesi a discutere e blindare una legge a proprio uso e consumo per "paura degli elettori", anziché occuparsi dei problemi reali del Paese, come il caro-energia, i salari e la crisi delle imprese.

Il PD ha anche stigmatizzato la forzatura parlamentare su un tema fondamentale come le regole democratiche del voto, definite un vestito cucito su misura per blindare la coalizione di governo a scapito della rappresentanza autentica dei cittadini.

Il presidente **Giuseppe Conte** ha espresso una netta bocciatura del provvedimento durante le dichiarazioni di voto.

Non piace il rischio di Perpetuazione del potere. Secondo il M5S, lo Stabiliticum rappresenta un meccanismo difensivo studiato dalla premier e dai suoi alleati per blindare le poltrone e conservare il potere nel momento in cui avvertono il calo del consenso e il rischio di perdere le elezioni.

Ad infastidire il Movimento è la **combinazione di sbarramenti, premi di maggioranza e assetti dei listini** che a loro dire serve essenzialmente a sterilizzare la voce delle opposizioni e a limitare la libera scelta dei cittadini.

Si sono espressi negativamente anche **Azione, Italia Viva e Più Europa**, sollevando obiezioni sia di merito tecnico che di impostazione politica.

Sono il nodo della stabilità e della rappresentanza i punti particolarmente evidenziati i partiti moderati di sinistra.

Pur sollevati dalla conclusione di un iter parlamentare che ha monopolizzato l'attenzione del Parlamento a discapito di altri dossier, hanno criticato l'architettura del premio di maggioranza al 42%, giudicato o



troppo rigido o potenzialmente rischioso in caso di mancato raggiungimento della soglia (con lo spettro di ingovernabilità o di larghe intese forzate).

Forti perplessità sono state espresse anche su **aspetti tecnici specifici e sui requisiti d'accesso per le liste minori** e i movimenti civici (come la corposa raccolta di firme richiesta), considerati ostacoli sproporzionati alla competizione democratica.

Conclusioni

I saldi di fine stagione sono iniziati e ogni partito oggi trova la soluzione migliore da proporre.

Peccato che alla guida del Governo le cose cambiano e i condizionamenti da parte dei "padroni" oltreoceano sono sempre presenti.

Poi c'è sempre chi **"Vuol Sbragare"** e allora giù con bonus 110%, il "reddito di Cittadinanza", mentre altri, con il loden sguallito, han posto l'austerità ai poverelli introducendo le misure lacrime e sangue, dalla **"Fornero"** a un deleterio **"Fiscal Compact"** attraverso il quale si guadagnarono 15 punti di debito pubblico. Le **scellerate politiche di austerità** causarono un cataclisma economico e politico dal quale tutt'oggi non ci si può dire ripresi. Ora il Presidente **Mario Monti** cerca di smarcarsene, additando l'Europa (che agnellino non è) come origine di tutti i mali, E lui da dove arriva?

Come Finirà?

L'opposizione ora tenterà la carta della giustizia appellandosi alla [Corte Costituzionale](#).

Meditate gente, meditate!

(Vignetta di copertina di Romolo Buldrini altre generate con AI) -

-----&-----

(per seguire gli argomenti "Editoriali" [clicca qui](#))

<https://www.gazzettadellemilia.it/politica>

<https://www.gazzettadellemilia.it/politica/item/54572-1%E2%80%99economia-delle-emergenze-%E2%80%93-capitolo-6-e-verso-il-grande-reset>





CEREALI

**“CEREALI E DINTORNI”.
AUMENTI DIFFUSI.**

Tenendo conto che i consumi di mais e soya vanno per la maggiore, il rincaro dei prodotti finiti è importante.

Mario Boggini e Virgilio

specialmente perché non supportato dai documenti riguardanti la sostenibilità in base al D.L. dell'agosto 24, addirittura si vocifera che alcune ASST questo tipo di merce lo assoggettino a rifiuto!

Sarebbe l'ennesima assurdità italiana.

Inoltre, all'orizzonte si stanno addensando nubi di problemi di logistica e gestione ferroviaria dei convogli di cereali, al quale si aggiunge il prolungamento di una fermata di un importante stabilimento produttivo di Farina di Soia.

Indici 22 settembre 2026

L'indice dei noli b.d.y. è salito a 3.399 punti, il petrolio wti è sceso a 96 \$ al barile, il cambio €/ \$ gira a 1,14421 ore 10,06

Indicatori del 22 settembre 2026		
Noli (*)	€/ \$	Petrolio WTI
3.999	1,14421 ore 10,06	96,0 \$/bd

(*) Noli - L'indicatore dei "noli" BDY è un indice dell'andamento dei costi del trasporto marittimo e dei noli delle principali categorie di navi dry bulk cargo, cioè quelle che trasportano rinfuse secche. Il BDI può anche costituire un indicatore del livello di domanda e offerta delle rinfuse secche.

<https://www.andalini.it/it/>
<https://www.gazzettadellcmilia.it/component/banners/click/48>

Mario Boggini - esperto di mercati cerealicoli nazionali e internazionali - (per contatti +39 338 6067872) - Valori indicativi senza impegno, soggetti a variazioni improvvise. Questa informativa non costituisce servizio di consulenza finanziaria ed espone soltanto indicazioni-informazioni per aiutare le scelte del lettore, pertanto qualsiasi conseguenza sull'operatività basata su queste informative ricadono sul lettore.

[Officina Commerciale Commodities srl - Milano](#)

Cerealit

“Cereali e dintorni”. Mercato sensibile ai “grandi” della Terra.

Problema logistica si sta prospettando molto pesante.

Di Mario Boggini e Virgilio Milano, 7
ottobre 2026 - Segnalazione del 22 settembre 2026 -

(... Per NEWS in tempo reale e complete di prezzi aggiornati: ... per maggiori informazioni e accedere alle notizie in tempo reale e complete potete contattare Mario Boggini - esperto di mercati cerealicoli nazionali e internazionali - (per contatti +39 338 6067872) ...)

Nelle scorse ore scrivevamo che «È il caso di dire che il mercato di Chicago ha preso profitto, ma l'equilibrio è fortemente instabile, e infatti il mercato telematico è già in recupero. La conferma viene osservando la chiusura della giornata di ieri 21 settembre.

Symptoms/Signs of a low level of sodium (Na ⁺)			
Gender	male 17.0 (16.0-18.0)	age 70.0 (60.0-80.0)	sex 1.0 (0.0-2.0)
HEIGHT	168 (160-175)	AGE	70.0 (60.0-80.0)
WEIGHT	70.0 (60.0-80.0)	SEX	1.0 (0.0-2.0)
TEMP	36.5 (36.0-37.0)	HT	168 (160-175)
WGT	70.0 (60.0-80.0)	SEX	1.0 (0.0-2.0)
The symptoms/signs of a low level of sodium (Na ⁺) are summarized in a combined table of all data per individual patient, column 1-4. The data are based on the following data:			
Gender	male 17.0 (16.0-18.0)	age 70.0 (60.0-80.0)	sex 1.0 (0.0-2.0)
HEIGHT	168 (160-175)	AGE	70.0 (60.0-80.0)
WEIGHT	70.0 (60.0-80.0)	SEX	1.0 (0.0-2.0)
TEMP	36.5 (36.0-37.0)	HT	168 (160-175)
WGT	70.0 (60.0-80.0)	SEX	1.0 (0.0-2.0)
The symptoms/signs of a low level of sodium (Na ⁺) are summarized in a combined table of all data per individual patient, column 1-4. The data are based on the following data:			
Gender	male 17.0 (16.0-18.0)	age 70.0 (60.0-80.0)	sex 1.0 (0.0-2.0)
HEIGHT	168 (160-175)	AGE	70.0 (60.0-80.0)
WEIGHT	70.0 (60.0-80.0)	SEX	1.0 (0.0-2.0)
TEMP	36.5 (36.0-37.0)	HT	168 (160-175)
WGT	70.0 (60.0-80.0)	SEX	1.0 (0.0-2.0)

La causa di questi “sbalzi” è l'imminente incontro tra Trump e il leader cinese Xi Jinping.

Come si diceva il mercato di Chicago ha preso profitto, ma l'equilibrio è fortemente



instabile, e infatti il mercato telematico ne è l'indicatore istantaneo e si presenta in recupero come osserviamo dalla matrice sopra.

Il rischio geopolitico non permette previsioni.

Merce non ne manca, manca molto la logistica!

Purtroppo, nel breve medio termine, la combinazione tra le scorte finali globali, in contrazione per il mais, il pericolo meteo del "Super El Niño" e l'attesa dell'incontro Trump-Xi Jinping suggeriscono che il mercato è pronto a reagire in qualsiasi momento, in entrambi i segni positivo o negativo, e in modo che supponiamo violento.

Qui in casa, quanto avvenuto sul Chicago al momento inciderà poco, perché per quanto riguarda il comparto proteici qui la farina di soya scarseggia, quindi, diminuirà sì ma non in egual proporzione con quanto riportato sopra, per i cereali la frenata è già avvenuta, per i fibrosi la cavalcata continuerà.

Mercato molto pesante per il mais sino a 20ppb, pesantissimo per quello ad uso bioenergetico,



LATTIERO CASEARIO

Lattiero Caseario: "Prezzi stabili tranne per il Parmigiano"

News Lattiero Caseario - n°33 39° - 40° settimana - 5 ottobre 2026

Le principali quotazioni rilevate nel periodo della XXXIX - XL settimana 2026 "Riprende quota il Parmigiano, parzialmente a Parma e totalmente a Milano " (In allegato la Newsletter di Confcooperative Parma).

Virgilio - CLAL



Agroalimentare

Lattiero Caseario: "Prezzi stabili tranne per il Parmigiano"

News Lattiero Caseario - n°33 39° - 40° settimana - 5 ottobre 2026

Le principali quotazioni rilevate nel periodo della XXXIX - XL settimana 2026 "Riprende quota il Parmigiano, parzialmente a Parma e totalmente a Milano " (In allegato la Newsletter di Confcooperative Parma).

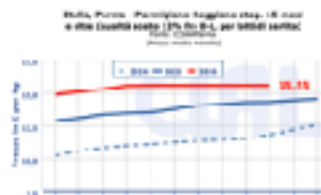
di Redazione Parma, 5 ottobre 2026 -

Prezzo "a riferimento" del latte: fissato a 98,60 euro/q.le il valore per il III° quadrimestre 2024

GP- Milano (5/10/2026) - GP:
rallentano i prezzi e si stabilizzano.
- GP 9 mesi di stagionatura e oltre: 9,80 - 10,00 €/Kg. (=)
- GP 16 mesi di stagionatura e oltre: 10,85- 11,10 €/Kg. (=)
- GP Riserva 20 mesi di stagionatura e oltre: 11,65 - 11,85 €/Kg. (=)
- Fuori sale 60-90 gg: 7,70- 7,95 €/Kg. (=)



PARMIGIANO REGGIANO - Parma 5/10/2026 - A Parma i listini riprendono quota. Alla borsa milanese sono in crescita.
PARMA (2/10/2026) MILANO (5/10/2026)



-Parmigiano Reggiano 12 mesi di stagionatura e oltre: 15,05 - 15,30 €/Kg. (+)
- 15,15 - 15,40 €/Kg. (+)
-Parmigiano Reggiano 15 mesi di stagionatura e oltre: 15,35 - 15,75 €/Kg. (=)
-Parmigiano Reggiano 18 mesi di stagionatura e oltre: 16,75 - 17,25 €/Kg. (=)
- 17,05 - 17,15 €/kg (+)
-Parmigiano Reggiano 24 mesi di stagionatura e oltre: 17,90 - 18,15 €/Kg. (+)

- 18,00 - 18,40 €/kg (+)
-Parmigiano Reggiano 30 mesi di stagionatura e oltre: 18,60 - 18,95 €/Kg. (+)
-19,35 - 19,85 €/kg (+)

PECORINO ROMANO DOP - Milano 5/10/2026 - A Milano i listini sono ancora fermi.



MILANO
(5/10/2026)
-Pecorino Romano DOP 5 mesi di stagionatura e oltre: 9,90- 10,10 €/Kg. (=)
-Pecorino Romano DOP 8 mesi di stagionatura e oltre: 10,15- 10,30 €/Kg. (=)

(per accedere alle notizie sull'argomento clicca qui)

A SEGUIRE I DATI RIPORTATI DAGLI ULTIMI BOLLETTINI UFFICIALI

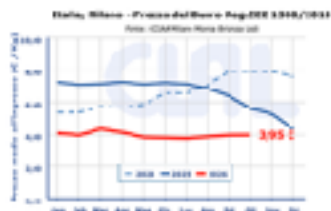
PUBBLICATI



LATTE SPOT - A Milano i prezzi sono stabili. Anche il Latte Bio milanese è stazionario.

MI
(5/10/2026)
Latte crudo spot nazionale 45,36 47,43 (=)
Latte Intero pastorizzato estero 47,94 51,03 (=)
Latte scremato pastorizzato est. 31,05 32,60 (=)
Latte spot BIO nazionale 58,25 60,31 (=)

BURRO E PANNA - Alla Borsa Merci di Milano il listino è ancora fermo. Alla borsa di Parma il burro zangolato resta fermo e pure alla Borsa di Reggio Emilia. Ancora ferma la crema veronese e ferma quella milanese- Margarina stabile a giugno.



Borsa di Milano (5/10/2026)
BURRO CEE: 3,95 Kg. (=)
BURRO CENTRIFUGA: 4,10 €/Kg. (=)
BURRO PASTORIZZATO: 2,15 €/Kg. (=)
BURRO ZANGOLATO 1,95 €/Kg. (=)
CREMA A USO ALIMENTARE (40%mg): 2,14 €/Kg. (=)
MARGARINA luglio 2026: 1,70 - 1,80 €/kg (=)

Borsa di Verona (5/10/2026)
PANNA CENTRIFUGA A USO ALIMENTARE: 2,10- 2,20 €/Kg. (=)

Borsa di Parma 2/10/2026 (=)
BURRO ZANGOLATO: 1,55 €/Kg.

Borsa di Reggio Emilia 29/9/2026 (=)
BURRO ZANGOLATO: 1,55 - 1,55 €/kg.

MACCHINE

EIMA 2026. MOLTE LE NOVITÀ IN CASA NOBILI SPA

Dai nebulizzatori alle trince a componentistica perfezionata, Nobili Spa è pronta con molte novità per la prossima edizione di EIMA che si terrà a Bologna dal 10 al 14 novembre. Padiglione 25 STAND A 20

Nobili spa



AGROMECCANICA

EIMA 2026. Molte le novità in casa Nobili spa

Dai nebulizzatori alle trince a componentistica perfezionata, Nobili Spa è pronta con molte novità per la prossima edizione di EIMA che si terrà a Bologna dal 10 al 14 novembre. Padiglione 25 STAND A 20

Molinella (BO) 8 ottobre 2026 – Da Molinella a EIMA con molte novità, frutto della radicata propensione alla ricerca e sviluppo, sempre attenta alle necessità degli operatori agricoli.

Come ad ogni edizione della kermesse biennale bolognese Nobili spa, consapevole della levatura internazionale di EIMA, si fa trovare pronta con un gran numero di interessanti attrezzature e di evoluzioni dei componenti delle macchine, così apprezzate non solo in Italia ma anche in decine di Paesi, dalle americhe all'asia.

In occasione di EIMA International 2026, Nobili presenterà una selezione di importanti novità dedicate al mondo dell'irrigazione e della trinciatura, con particolare attenzione alle esigenze delle coltivazioni specializzate e alle condizioni di lavoro più impegnative.

Presentata presso la sede dell'ICE a Roma la 47ma edizione di EIMA International, conferma, anzi rafforza la caratura internazionale di una kermesse che richiama visitatori da 150 Paesi. Salgono a 830 gli operatori economici selezionati dall'ICE per il programma speciale di incontri business-to-business. In evidenza anche i temi economici e politici, con eventi dedicati ai Paesi





AGROMECCAN

ICA

emergenti e all'agenda politica europea. **Simona Rapastella:** "L'EIMA è in sintonia con le nuove esigenze di marketing, e permette di pianificare in modo 'sartoriale' gli incontri d'affari".

Un evento di livello mondiale, una piattaforma efficiente per esplorare nuove opportunità di business, alla quale Nobili spa si fa trovare pronta e visitabile al **Padiglione 25 STAND A 20**.



(Nobili.com)

www.gazzettadellellemilia.it e www.cibusonline.net

Link Utili

<https://www.gazzettadellellemilia.it/economia/itemlist/user/985-nobili-spa>

<https://www.gazzettadellellemilia.it/economia/item/54238-nobili-spa-informa-uno-spaccato-sui-crediti-di-imposta-agricoltura-5-0-e-4-0-%20>

https://www.nobili.com/userfiles/News/files/Nobili_IOT_2020.pdf

Video intervista R&D Nobili: https://youtu.be/2m_QSvZRHw

EIMA articolo Video chiusura GDE: <https://www.gazzettadellellemilia.it/economia/item/34335-eima-international-1%E2%80%99avanguardia-della-meccanizzazione-in-agricoltura.html>

(Nobili.com)

www.gazzettadellellemilia.it e www.cibusonline.net.



PASTA

Molino Grassi sponsor al World Pasta Day Day dal 27 al 28 ottobre

Il World Pasta Day si svolge presso il quartiere fieristico di Fiere di Parma (Viale delle Esposizioni 393a – 43126 Parma – Italia) all'interno del padiglione 2 della manifestazione fieristica Cibus Tec.

Parma, 9 ottobre 2026 . L'evento globale più atteso per la filiera della pasta, per la prima volta a Parma

L'evento, promosso da Unione Italiana Food e International Pasta Organisation (IPO), vede la partecipazione congiunta di tutti gli attori più rilevanti coinvolti nel sistema pasta: produttori, partner tecnologici, associazioni, istituzioni, rappresentanti della grande distribuzione organizzata e riviste specializzate.

Partecipare al World Pasta Day significa cogliere opportunità uniche per il proprio business grazie alle molteplici possibilità di networking con gli stakeholder chiave del settore e ad una visibilità a livello internazionale.



Un'occasione davvero speciale anche per rimarcare l'incomparabile valore culturale, sociale e gastronomico di uno dei simboli più amati e conosciuti della cucina italiana in tutto il mondo. Perché la pasta è identità, cultura, industria e innovazione insieme.

*"Come sponsor – è il commento dell'azienda **Molino Grassi** - orgogliosi di questa straordinaria celebrazione, siamo entusiasti di condividere i dettagli di un appuntamento che unisce business, cultura e innovazione ai massimi livelli internazionali. Essere al fianco del World Pasta Day significa anche rimarcare l'incomparabile valore culturale, sociale e gastronomico di uno dei simboli più amati della cucina italiana in tutto il mondo. La pasta non è solo un piatto eccezionale: è identità, cultura, industria e innovazione che camminano insieme verso le sfide di domani."*

Il Programma: <https://2026.worldpastaday.org/programma/>

<https://www.gazzettadellemilie.it/index.php/component/banners/click/15>

(In collaborazione con
[Associazione Granaria di Milano](#))





AMICI

ANIMALI

Mister Pet Informa. Cosa gradiscono i nostri pelosetti viziati?

Amici pelosetti, sempre più umanizzati e ...viziati.

Di Redazione [Mister Pet](#) 10 ottobre 2026 – A ben osservare le più recenti tendenze delle preferenze degli animali domestici che beneficiano delle cure più attente e avanzate si rivela un vero e proprio stile di vita su misura.

Sotto la spinta dell'umanizzazione, i cani e i gatti meglio accuditi mostrano preferenze precise che spaziano dall'alimentazione al comfort domestico, fino agli stimoli sensoriali.

Dall'alimentazione "gourmet" e d'alta gamma, a postazioni di "comfort" assoluto senza disdegnare tessuti di pregio e ovviamente i materassini se non sono "memory foam" la cuccia ve la tireranno dietro. I più evoluti pet non amano o addirittura rifiutano i mangimi industriali standard. Preferiscono diete casalinghe formulate da veterinari nutrizionisti, cibi freschi cotti a vapore (con carne e pesce di qualità umana) o diete cotte e surgelate consegnate a domicilio.

Non vorremo far **annoiare** i nostri "padroncini pelosetti", vero?

Così, gli animali che ricevono attenzioni costanti si annoiano facilmente con le palline tradizionali. Amano i giochi di attivazione mentale (*puzzle games* per cani), i tappeti da fiuto (*sniffing mats*) dove trovare premiati nascosti, e giocattoli interattivi elettronici. Ma attenzione ai pericoli delle "dipendenze elettroniche da social" (sto scherzando ovviamente). I micetti, che da sempre sono i compagni più pretenziosi, adorano torri tiragraffi a più livelli che arrivano fino al soffitto, tunnel in tessuto scricchiolante e cannette con piume vere o inserti in erba gatta (*catnip*).

Sempre più viziati, molti animali domestici mostrano di gradire la riproduzione di **playlist** studiate appositamente per cani e gatti (frequenze basse e melodie classiche o ambient) durante le ore di solitudine per ridurre l'ansia. Ancora non ci è giunta voce di vere e proprie SPA esclusive per pet, ma le spazzolature quotidiane sono apprezzatissime ovviamente con strumenti delicati, i bagni con prodotti naturali profumati all'avena o aloe vera e, nei casi più evoluti, veri e propri massaggi rilassanti per alleviare le tensioni muscolari.

Ma alla fine, più di ogni oggetto o cibo costoso, l'animale ben accudito preferisce la condivisione del tempo, magari un lungo periodo di "**couch time**" sul divano accanto al proprietario.

(Immagini di copertina e fondo pagina realizzate con AI)

<https://www.gazzettadellemilia.it/index.php/component/banners/click/24>





VITICOLTURA

Carpineto, quando il vino diventa impresa e le generazioni diventano futuro

Ci sono aziende che si visitano e aziende che, mentre le visiti, finiscono per raccontarti qualcosa che va ben oltre ciò che producono.

Di Mario Vacca Parma, 6 ottobre 2026 - A giugno ho avuto il piacere di visitare **Carpineto**, una delle realtà vitivinicole più interessanti della Toscana. E, come spesso mi accade entrando nelle imprese familiari, dopo qualche minuto ho smesso di guardare soltanto botti, vigneti e bottiglie e ho cominciato a osservare le persone.

Un incontro, peraltro, nato quasi per caso al precedente Merano Wine Festival, dove, proprio mentre degustavo uno dei vini di Carpineto, ho conosciuto Laura Ruggieri, responsabile della comunicazione dell'azienda. Da quella conversazione fortuita è nato l'invito a conoscere più da vicino una realtà che, dietro le proprie etichette, custodisce una storia imprenditoriale che meritava di essere raccontata.

Perché dietro un buon vino c'è certamente una terra, c'è una vigna e c'è una cantina. **Ma dietro un'impresa che attraversa quasi sessant'anni di storia ci sono soprattutto persone, famiglie, scelte e generazioni.**

Carpineto nasce nel 1967 a Dudda, nel comune di Greve in Chianti, dall'incontro tra due giovani, Giovanni Carlo Sacchet e Antonio Mario Zaccheo. Due amici, prima ancora che due soci, che intuirono qualcosa che oggi può sembrare quasi scontato ma che allora non lo era affatto: il futuro del vino italiano non sarebbe stato nella quantità, ma nella qualità.



Zaccheo proveniva da una famiglia di viticoltori pugliesi; Sacchet portava con sé la formazione enologica maturata a Conegliano. Insieme decisero di scommettere sulla Toscana e sul Chianti Classico, applicando alla tradizione tecniche e idee innovative per l'epoca. Era il 1967 e parlare di qualità, selezione dei vigneti, basse rese e tecniche enologiche avanzate significava, in qualche modo, anticipare il futuro.

Da quel primo progetto l'impresa è cresciuta. Oggi Carpineto significa cinque tenute distribuite nelle grandi aree vitivinicole toscane, circa 500 ettari di proprietà, di cui oltre 300 di vigneto. Significa Chianti Classico, Vino Nobile di Montepulciano, Brunello di Montalcino, Alto Valdarno e Maremma. Significa milioni di bottiglie e vini presenti in oltre 70 Paesi.

E la crescita non sembra essersi fermata, Carpineto continua infatti ad investire nelle proprie cantine e nelle strutture produttive, migliorandole e adeguandole alle nuove esigenze senza rinunciare alla propria identità. È quel difficile equilibrio tra tradizione ed innovazione che distingue le imprese capaci di evolvere: custodire ciò che il tempo ha reso prezioso, utilizzando tecnologia, competenze e nuovi investimenti per costruire ciò che ancora deve venire.

Numeri importanti, ma non sono stati i numeri a colpirmi maggiormente durante la visita.

Ad accompagnarmi nella cantina è stato un giovane della famiglia, Anton Robert Zaccheo e mentre lo ascoltavo raccontare l'azienda, mi sono trovato davanti ad una delle questioni delle quali mi occupo più spesso professionalmente: **che cosa significa davvero essere figli – o nipoti – di imprenditori?**

Anton rappresenta la terza generazione della famiglia Zaccheo. È figlio di Antonio Michael Zaccheo, che ha avuto un ruolo importante nello sviluppo internazionale dell'azienda, ed è nipote di Antonio Mario, uno dei due fondatori. Ha studiato Wine Business in Germania e oggi sta costruendo il proprio percorso all'interno dell'impresa familiare, occupandosi anche della promozione internazionale.

Ma fermarsi alla famiglia Zaccheo significherebbe raccontare soltanto una metà





VITICOLTURA

della storia di Carpineto perché dall'altra parte di quel sodalizio nato nel 1967 continua il percorso della famiglia Sacchet. E qui il passaggio generazionale ha il volto e soprattutto la competenza di **Caterina Sacchet**, figlia del cofondatore Giovanni Carlo, oggi proprietaria, produttrice ed enologa dell'azienda.

Caterina è cresciuta tra vigneti e cantina accanto al padre, assorbendone conoscenze, rigore e passione, ma senza limitarsi a custodirne l'eredità. Ha scelto l'enologia come propria strada professionale e ha progressivamente raccolto il testimone di Giovanni Carlo, portando nella produzione dei vini Carpineto una propria sensibilità e una propria responsabilità tecnica.

Ed è forse proprio qui che la storia delle due famiglie diventa ancora più interessante dal punto di vista imprenditoriale.

Da una parte il percorso della famiglia Zaccheo, con Antonio Michael e oggi con Anton, nel quale alla visione del fondatore si sono progressivamente aggiunte competenze commerciali, internazionali e una nuova conoscenza dei mercati. Dall'altra quello della famiglia Sacchet, dove la competenza enologica di Giovanni Carlo è stata raccolta e reinterpretata da Caterina.

Due famiglie, dunque, ma anche due percorsi generazionali che continuano a incontrarsi dentro la stessa impresa.

E c'è un ulteriore elemento che rende questa storia particolarmente contemporanea. Nel 2026 **Carpineto ha ottenuto la certificazione per la Parità di Genere UNI/PdR**

125:2022. Un riconoscimento che assume un significato ancora più concreto considerando che oggi oltre la metà della proprietà dell'azienda è femminile.

Non si tratta semplicemente di aggiungere una certificazione alla bacheca dei riconoscimenti, significa piuttosto osservare come un'impresa nata quasi sessant'anni fa da due uomini abbia saputo evolvere fino a vedere oggi le donne delle nuove generazioni assumere ruoli di proprietà, responsabilità e competenza.

Ed è anche questa, in fondo, una forma di passaggio generazionale: **non soltanto trasferire quote e responsabilità, ma permettere all'impresa di cambiare insieme alla società nella quale opera.**

Tre generazioni, dunque. Ma soprattutto due famiglie.

Due giovani amici che nel 1967 immaginano un'impresa in Toscana, i loro figli che contribuiscono a trasformarla, svilupparla e portarla sui mercati internazionali ed una nuova generazione che oggi deve raccogliere quella storia senza limitarsi a custodirla.

Ed è forse questo uno degli aspetti più affascinanti delle imprese familiari.

Il passaggio generazionale viene troppo spesso raccontato come il momento nel quale qualcuno consegna le chiavi dell'azienda a qualcun altro ma non funziona così. Un cognome può essere trasmesso per nascita; **la capacità di essere imprenditore, invece, deve essere costruita.**

Un'impresa familiare sana non dovrebbe chiedere alle nuove generazioni di essere la copia di quelle precedenti, dovrebbe consegnare loro valori, conoscenza, responsabilità e soprattutto lo spazio necessario per aggiungere qualcosa di proprio.

Carpineto, sotto questo profilo, racconta una storia interessante proprio perché le generazioni non hanno semplicemente sostituito chi le ha precedute, hanno progressivamente aggiunto competenze. Alla dimensione agricola ed enologica si è affiancata quella commerciale, poi quella internazionale, quella della sostenibilità, dell'enoturismo e oggi anche una crescente attenzione ai temi dell'inclusione e della parità.

Oggi l'azienda continua a essere nelle mani delle famiglie Sacchet e Zaccheo e accanto ai fondatori sono cresciute le generazioni successive, con competenze differenti ma all'interno dello stesso progetto.

Ed è qui che una visita in cantina diventa, almeno per me, anche una piccola lezione d'impresa.

In una cantina il tempo ha un significato particolare, non tutto ciò che viene prodotto oggi può essere venduto domani. Alcuni vini hanno bisogno di





VITICOLTURA

riposare, evolvere, trovare equilibrio. Forzare i tempi significherebbe comprometterne il risultato.

Forse anche nelle imprese familiari dovremmo imparare qualcosa dal vino.

Preparare una nuova generazione non significa aspettare che arrivi il giorno della successione, significa darle il tempo di conoscere l'impresa, sbagliare, imparare, confrontarsi con il mercato e costruire una propria autorevolezza.

Visitando Carpineto ho visto naturalmente una grande azienda del vino italiano. Ho visto cantine, vigneti, tecnologia e bottiglie capaci di portare la Toscana nel mondo, ma soprattutto ho visto una storia iniziata da due giovani nel 1967 che continua attraverso i loro figli e nipoti quasi sessant'anni dopo.

E forse il successo di un'impresa familiare si misura anche così.

Non soltanto da quanto è riuscita a crescere durante la vita dei fondatori, ma dalla capacità di arrivare ad un momento nel quale chi ha costruito l'impresa possa riconoscere nelle generazioni successive non semplicemente degli eredi, ma persone capaci di assumersi la responsabilità di farla evolvere.

Perché la tradizione non consiste nel conservare il passato; consiste nel consegnare alle generazioni successive qualcosa che valga ancora la pena portare nel futuro.

MALATTIA	VINO	DOSE
ANEMIA	BAROLO (ROSSO DI TORRE)	2 BICCHIERI
ARTEROSCLEROSI	CHARDONNAY (Bianco)	1 BICCHIERE
BRONCHITE	TEROLDEGO (ROSSO)	2 BICCHIERI
DEMENZA SENILE	BARBERA D'ASTI (ROSSO)	3 BICCHIERI
FEBBRE	BONARDA (ROSSO)	1 BICCHIERE
IPERTENSIONE	RIESLING (Bianco)	2 BICCHIERI
MENO/INCHIESTA	CHAMPAGNE (Bianco)	3 BICCHIERI
REFLESSO GASTRICO	GRILLO (ROSSO)	2 BICCHIERI
SINGHIOZZO	GEVAUDAN (ROSSO)	4 BICCHIERI
PRENDA CAFFÈ	CHIANTI (ROSSO)	1 BOTTIGLIA

La Bussola d'Impresa - Mario Vacca

“Mi presento, sono nato a Capri nel 1973, la mia carriera è iniziata nell'impresa di famiglia, dove ho acquisito la cultura aziendale ed ho potuto specializzarmi nel management dell'impresa e contestualmente ho maturato esperienza in Ascom Confcommercio per 12 anni ricoprendo diverse attività sino al ruolo di vice presidente.

Per migliorare la mia conoscenza e professionalità ho accettato di fare esperienza in un gruppo finanziario inglese e, provatane l'efficacia ne ho voluta fare una anche in Svizzera.

Le competenze acquisite mi hanno portato a collaborare con diversi studi di consulenza in qualità di Manager al servizio delle aziende per pianificare crescita aziendali o per risolvere crisi aziendali e riorganizzare gli assetti societari efficientando il controllo di gestione e la finanza d'impresa.

Un iter professionale che mi ha consentito di sviluppare negli anni competenze in vari ambiti, dalla sfera Finanziaria, Amministrativa e Gestionale, alle dinamiche fiscali, passando attraverso esperienze di "start-up", M&A e Turnaround, con un occhio vigile e sempre attento alla prevenzione del rischio d'impresa.

Un percorso arricchito da anni di esperienza nella gestione di Risorse Umane e Finanziarie, nella Contrattualistica, nella gestione dei rapporti diretti con Clienti e Fornitori, nella gestione delle dinamiche di Gruppo con soci e loro consulenti.

Nel corso degli anni le esperienze aziendali unite alle attitudini personali mi hanno permesso di sviluppare la capacità di anticipare e nel contempo essere un buon risolutore dei problemi ordinari e straordinari delle attività.

Il mio agire è sempre stato caratterizzato da entusiasmo e passione in tutto quello che ho fatto e continuo a fare sia in ambito professionale che extra-professionale, sempre alla ricerca dell'innovazione e della differenziazione come caratteristica vincente.

La passione per la cultura mi ha portato ad iscrivermi all'Ordine dei Giornalisti ed a scrivere articoli di economia pubblicati nella rubrica “La Bussola d'Impresa” edita dalla Gazzetta dell'Emilia ed a collaborare saltuariamente con altre testate.



La stessa passione mi porta a pianificare ed organizzare eventi non profit volti al raggiungimento di obiettivi filantropici legati alla carità ed alla fratellanza anche attraverso club ed associazioni locali.

Mi piace lavorare in squadra, mi piace curare le pubbliche relazioni e, sono convinto che l'unione delle professionalità tra due singoli, non le somma ma, le moltiplica.

Il mio impegno è lavorare sodo con etica, lealtà ed armonia.”

Contatto Personale: mvacca@capri.it

Profilo Professionale: <https://www.gazzettadell'emilia.it/economia/itemlist/user/981-la-bussola-soluzioni-d-impresa.html>



VITICOLTURA

Novacella, quando la sostenibilità diventa economia, la lezione di un'impresa che dura da quasi 900 anni

Bottiglie più leggere, 60 tonnellate di vetro risparmiate ogni anno, minori emissioni nei trasporti, fotovoltaico ed una filiera di sessanta famiglie coinvolte.



Di Mario Vacca, 4 ottobre 2026 - La certificazione FairChoice ottenuta dall'Abbazia di Novacella racconta qualcosa che va oltre il vino, essere sostenibili significa innanzitutto costruire un'organizzazione capace di durare. E quando un'attività attraversa quasi nove secoli, forse qualche lezione da impartire alle imprese moderne ce l'ha.

C'è una frase pronunciata da Werner Waldboth, direttore della cantina dell'Abbazia di Novacella, che vale più di molte definizioni accademiche di sostenibilità: «**Senza un approccio sostenibile non sarebbe mai stato possibile portare avanti un'attività per quasi 900 anni.**»

Ed è probabilmente da qui che bisogna partire perché abbiamo commesso spesso l'errore di identificare la sostenibilità esclusivamente con l'ambiente, meno emissioni, meno plastica, energie rinnovabili. Tutto corretto, naturalmente ma per chi osserva le aziende attraverso i numeri, l'organizzazione e la loro capacità di attraversare le generazioni, la sostenibilità assume un significato ancora più ampio.

Un'impresa è sostenibile quando riesce a continuare ad esistere senza consumare le condizioni che le consentiranno di esistere domani. Vale per le risorse naturali, ma vale allo stesso modo per quelle economiche, finanziarie, umane e sociali.

È in questa prospettiva che assume particolare interesse la certificazione **FairChoice** appena ottenuta dall'Abazia di Novacella, realtà vitivinicola attiva dal 1142.

Non siamo infatti davanti ad una certificazione limitata alla dimensione ambientale, FairChoice nasce da una concezione integrata della sostenibilità e considera contemporaneamente tre dimensioni: **ecologica, sociale ed economica**. Il sistema prevede criteri definiti e verifiche effettuate da auditor esterni indipendenti ed è proprio la componente economica a rendere particolarmente interessante il caso Novacella.

Prendiamo una bottiglia, può sembrare un dettaglio marginale davanti alla complessità di un'azienda vitivinicola eppure l'Abbazia ha adottato per tutti i propri vini bottiglie del peso di **410 grammi**.

Il risultato dichiarato è un risparmio di circa **60 tonnellate di vetro ogni anno**, accompagnato da una riduzione del **16% delle emissioni di CO₂ legate al trasporto**, sessanta tonnellate in meno significano naturalmente minore utilizzo di materia prima e minore impatto ambientale, ma significano anche meno peso da movimentare, trasportare e distribuire.

Ed ecco il punto che spesso sfugge quando parliamo di ESG e sostenibilità, **una scelta ambientale ben progettata può diventare contemporaneamente una scelta di efficienza industriale.**





VITICOLTURA

Lo stesso ragionamento vale per l'energia, nel 2025 l'Abbazia ha installato un impianto fotovoltaico da **145 kWp**, capace, secondo i dati diffusi dalla cantina, di coprire circa il **50% del proprio fabbisogno energetico** ed anche qui possiamo leggere il dato in due modi.

Il primo è ambientale: produrre energia da fonte rinnovabile significa ridurre l'impatto dell'attività.

Il secondo è strettamente aziendale, aumentare l'autoproduzione significa ridurre almeno in parte l'esposizione dell'impresa alla volatilità del costo dell'energia.

È la differenza che passa tra considerare la sostenibilità **un costo da sopportare** oppure **un investimento da governare**.

C'è però un altro elemento che considero ancora più interessante, la certificazione non ha coinvolto soltanto la cantina, infatti intorno all'Abbazia gravitano circa **sessanta famiglie del territorio che conferiscono le proprie uve**, anch'esse chiamate ad aderire ai criteri previsti dal percorso.

Qui entriamo in un tema molto caro a chi si occupa di organizzazione aziendale: **la filiera**.

Un'impresa può modificare i propri comportamenti, acquistare energia verde, cambiare bottiglie e automobili ma se vuole incidere realmente sul proprio modello produttivo deve riuscire a portare parte di questa cultura anche fuori dai propri confini societari.

E convincere sessanta famiglie, con storie, esigenze e aziende differenti, significa affrontare prima di tutto un problema di organizzazione e condivisione.

Waldboth ha raccontato che proprio questo era uno degli aspetti che inizialmente riteneva più complessi e che, al contrario, i conferitori hanno accolto il progetto con grande disponibilità.

Questo passaggio merita attenzione perché dimostra che la sostenibilità diventa realmente efficace quando smette di essere **una decisione della direzione** e diventa **un comportamento della comunità economica che ruota intorno all'impresa**.

Quando scriviamo ESG, probabilmente la lettera meno raccontata è l'ultima: **Governance**.

Eppure è quella che tiene insieme le altre infatti non basta installare un pannello fotovoltaico per essere sostenibili ma bisogna misurare, programmare, coinvolgere fornitori e collaboratori, verificare i risultati e soprattutto avere un'organizzazione economicamente capace di sostenere nel tempo quelle scelte.



Non è casuale che FairChoice comprenda espressamente anche parametri economici, lo standard prevede infatti una valutazione della capacità economica dell'impresa e contempla l'analisi di indicatori aziendali, accanto ai criteri ambientali e sociali.

È un passaggio culturale importante perché **un'azienda economicamente fragile difficilmente potrà essere sostenibile nel lungo periodo**, indipendentemente dalla bontà delle proprie intenzioni ambientali.

Allo stesso modo, un'azienda economicamente florida che depauperava il territorio, perde continuamente collaboratori o consuma risorse senza preoccuparsi di rigenerarle sta probabilmente costruendo risultati presenti a discapito del proprio futuro.

La sostenibilità autentica nasce dall'equilibrio ed è qui che torniamo all'Abbazia di Novacella.

Nel mondo aziendale siamo circondati da indicatori quali EBITDA, ROI, ROE, PFN, cash flow, marginalità, strumenti indispensabili. Io stesso difficilmente riuscirei ad immaginare un'impresa senza numeri capaci di raccontarla ma davanti ad una realtà nata nel **1142** viene spontaneo pensare che esista un KPI ulteriore, difficilmente inseribile in un foglio Excel: **il tempo**.

Attraversare quasi nove secoli significa avere conosciuto guerre, epidemie, crisi economiche, trasformazioni politiche, cambiamenti climatici e sociali, evoluzioni dei consumi e rivoluzioni tecnologiche.

Significa soprattutto che qualcuno, generazione dopo generazione, ha saputo ricevere qualcosa dal passato senza consumarlo interamente nel presente. Waldboth lo sintetizza con un principio che dovrebbe essere scritto all'ingresso di molte aziende familiari: lasciare alla generazione successiva una struttura **nelle stesse condizioni, o possibilmente migliori, di come la si è ricevuta**.

Non è soltanto sostenibilità.

È cultura d'impresa.



VITICOLTURA

Ed è probabilmente anche la più efficace definizione di **passaggio generazionale**. Da questa prospettiva anche la certificazione assume un significato differente.

Il valore di FairChoice non dovrebbe essere cercato semplicemente nel logo che dalla vendemmia 2026 comparirà sulle bottiglie.

Un bollino, da solo, non rende sostenibile nessuna azienda, il valore sta nei **due anni di lavoro che hanno preceduto quel bollino**: analizzare i processi, misurarli, modificarli, coinvolgere la filiera e sottoporre il risultato alla verifica di soggetti indipendenti.

Lo stesso sistema FairChoice è costruito secondo una logica di miglioramento progressivo e prevede controlli successivi alla prima certificazione, è questa, probabilmente, la differenza tra sostenibilità e **greenwashing**, la prima produce numeri verificabili e modifica i processi, il secondo produce soprattutto comunicazione.

E forse è proprio questa la lezione economica che arriva oggi dalla Valle Isarco.

La sostenibilità non consiste semplicemente nel consumare meno energia o produrre meno CO₂. Significa costruire aziende capaci di creare valore senza distruggere le condizioni necessarie per continuare a produrlo.



Ambientali. Economiche. Sociali. Umane.

L'Abbazia di Novacella lo fa, in forme necessariamente diverse, da quasi novecento anni.

Oggi una certificazione lo misura.

La storia, in qualche modo, lo aveva già certificato.

La Bussola d'Impresa - Mario Vacca

"Mi presento, sono nato a Capri nel 1973, la mia carriera è iniziata nell'impresa di famiglia, dove ho acquisito la cultura aziendale ed ho potuto specializzarmi nel management dell'impresa e contestualmente ho maturato esperienza in Ascom Confcommercio per 12 anni ricoprendo diverse attività sino al ruolo di vice presidente.

Per migliorare la mia conoscenza e professionalità ho accettato di fare esperienza in un gruppo finanziario inglese e, provarne l'efficacia ne ho voluta fare una anche in Svizzera.

Le competenze acquisite mi hanno portato a collaborare con diversi studi di consulenza in qualità di Manager al servizio delle aziende per pianificare crescita aziendali o per risolvere crisi aziendali e riorganizzare gli assetti societari efficientando il controllo di gestione e la finanza d'impresa.

Un iter professionale che mi ha consentito di sviluppare negli anni competenze in vari ambiti, dalla sfera Finanziaria, Amministrativa e Gestionale, alle dinamiche fiscali, passando attraverso esperienze di "start-up", M&A e Turnaround, con un occhio vigile e sempre attento alla prevenzione del rischio d'impresa.

Un percorso arricchito da anni di esperienza nella gestione di Risorse Umane e Finanziarie, nella Contrattualistica, nella gestione dei rapporti diretti con Clienti e Fornitori, nella gestione delle dinamiche di Gruppo con soci e loro consulenti.

Nel corso degli anni le esperienze aziendali unite alle attitudini personali mi hanno permesso di sviluppare la capacità di anticipare e nel contempo essere un buon risolutore dei problemi ordinari e straordinari delle attività.

Il mio agire è sempre stato caratterizzato da entusiasmo e passione in tutto quello che ho fatto e continuo a fare sia in ambito professionale che extra-professionale, sempre alla ricerca dell'innovazione e della differenziazione come caratteristica vincente.



Una pace coi baffi



Era dicembre 2021 quando Mosca, prima di invadere l'Ucraina, consegnò a Washington e alla NATO due bozze di trattato con i seguenti punti:

- stop all'allargamento NATO (candidate erano Ucraina e Georgia)
- ritiro delle forze alleate dal fianco est
- niente armi d'attacco in Ucraina

Con questa mossa la Russia, in opposizione all'allargamento ad est dell'Alleanza, cercava di ridefinire l'architettura di sicurezza europea, spingendo per la creazione di una zona cuscinetto.

Stati Uniti e **NATO** giudicandole **"irricevibili"**, respinsero le richieste.

In realtà già da tempo l'Alleanza brigava per portare dentro la NATO i due paesi, e spingere così la sua influenza fino alle soglie della Russia.

Ripercorriamo insieme.

Era il 1990 quando, caduto il muro di Berlino e avviate le trattative per la riunificazione della Germania, l'allora Segretario di Stato USA **James Baker** e il Cancelliere tedesco **Helmut Kohl**, stringevano la mano a **Michail Gorbačëv** e lo rassicuravano che la giurisdizione della NATO non si sarebbe mai estesa *"di un solo pollice verso est"*.

L'impegno fra i tre fu preso verbalmente e non fu mai tradotto in un trattato scritto e firmato. Tra gentiluomini non ce n'è bisogno, probabilmente avrà pensato Gorbačëv.

Ma **"Verba volant, scripta manent"** dicevano i latini.

CIBUS

Agenzia Stampa Elettronica
Agroalimentare - iscritta al
tribunale di Parma al n° 24 il 13
agosto 2002.

cibus@nuovaeditoriale.net

www.cibusonline.net

**SOCIETA' EDITRICE
NUOVA EDITORIALE
Soc. coop. a.r.l.**

Via Sidney Sonnino, 35/a - 43126
Parma (PR)

www.nuovaeditoriale.net

codice fiscale - partita iva
01887110342

iscritta al registro imprese di
Parma 24929

testata editoriale iscritta al R.O.C.
al numero 4843

direttore responsabile
lamberto colla





SATIRA

Qualcuno oggi, riferendosi ai fatti dell'epoca, parla di "accordo fluido" per niente vincolante. ([QUI](#) alcuni approfondimenti di [WIKIPEDIA](#)).

Nel 2021, con le due bozze di trattato, Putin cercava di arginare in qualche modo l'avanzata NATO verso est, vista come una minaccia per la sicurezza del proprio paese. Ma inutilmente e fu guerra.

Dall'inizio delle ostilità ad oggi sono stati fatti vari tentativi per un "cessate il fuoco":

- Il 28 febbraio 2022 le due delegazioni (russa e ucraina) si sono incontrate al confine bielorusso
- Poi il 29 marzo dello stesso anno a Istanbul
- Il 14 giugno 2024 in un suo discorso alla vigilia del vertice di pace svizzero, Putin ha aperto a nuove condizioni
- Il 2 giugno 2025 un nuovo incontro a Istanbul
- Ad agosto 2025 il primo vertice Trump-Putin in Alaska
- A novembre 2025 Trump ha proposto un piano in 28 punti (elaborato da Steve Witkoff e Kirill), ridotto a 19 punti dopo i contatti di settembre 2026 e il vertice di Ginevra.

Nessuno dei testi proposti nelle su citate occasioni è mai diventato accordo, soprattutto per opposizione della UE che, capeggiata da Ursula Von Der Leyen, spinge per lo scontro ad oltranza, finalizzato ad imporre a Mosca la pace con la forza.

Non una pace qualsiasi, solo quella **"giusta"**, una pace coi baffi.

[SatiLeaks](#) by Gianfranco Colella per ([Quotidianoweb.it](#)) 4 ottobre 2026

Leggi anche:

- ✓ Rutte
- ✓ Je so' pazzo
- ✓ Principe Andrea



Nuova Editoriale

Società Cooperativa

Nuova Editoriale soc. coop. nasce e si sviluppa come società editoriale specializzata nella produzione e distribuzione di informazione.

DALLA CARTA STAMPATA AL DIGITALE.

Il primo progetto editoriale nasce nell'ormai lontano 1993 e si realizza a partire dal 1994 con la presa in carico del primo settimanale di Parma: "QUI Parma – settimanale".

Un'impresa che ha dato spunto alla "rivoluzione" locale in campo editoriale. Se oggi a Parma possono convivere molte testate giornalistiche molto lo deve a quella prima esperienza di pluralismo editoriale.

Un periodico, "QUI Parma – settimanale" (13.000 copie settimanali) che offriva una lettura, il più equidistante possibile, dei fatti cittadini e cercava di fare emergere e dare voce anche alle minoranze, alle emarginazioni, più in generale, cercava di portare in superficie e all'attenzione ciò che era meno evidente ma sicuramente molto prossimo al cittadino.

Frutto di quella esperienza sono stati realizzati molti e diversi altri prodotti editoriali di settore, prevalentemente connessi o collegati a organismi di rappresentanza (dall'agricoltura all'automobilismo ecc...). Le competenze acquisite in campo editoriale sono state perciò poste a disposizione e al servizio di soggetti terzi per la pubblicazione di loro prodotti editoriali, house organ o news letter, in formato convenzionale cartaceo e/o in formato digitale.

Più recentemente l'orizzonte si è allargato alla logistica, alle materie prime agricole "commodity alimentari" e alla sanitaria.

C.A.S.E.A. - CIBUS AGENZIA STAMPA ELETTRONICA AGROALIMENTARE

Nel 2002, all'alba del fenomeno "internet", Nuova Editoriale ha dato vita al progetto elettronico dell'agenzia stampa agroalimentare "Cibus Agenzia Stampa Elettronica Agroalimentare".

Un "punto di osservazione" orientato a intercettare e divulgare i fatti che, in qualche misura, toccano l'agricoltura intesa non solo come settore economico ma anche sociale, ambientale e alimentare.

Particolare attenzione viene rivolta all'analisi dei principali mercati agricoli e alla evoluzione dei consumi e dei mercati agroalimentari.

LA GAZZETTA DELL'EMILIA E DINTORNI

E' verso la fine del 2011 che inizia a prendere forma la nuova idea di comunicazione che, dopo un lungo percorso progettuale e di collaudo realizzato insieme a Gazzetta della Spezia.it con la quale prosegue lo sviluppo tecnologico e lo scambio informativo di natura commerciale e strategico, ha preso corpo e si è infine offerta sul web "La gazzetta dell'Emilia & Dintorni".

Il progetto, sin dall'origine, ha lo scopo di realizzazione un prodotto editoriale che sommi i vantaggi delle nuove tecnologie (internet e social network e webTV) alla tradizione editoriale in ambito locale.

Il Giornale intende radicarsi localmente, per ora nelle province di Piacenza, Parma, Reggio Emilia e Modena, sognando di diventare un punto di riferimento della informazione regionale potendo ampliare la piattaforma a tutte le province emiliano romagnole.

Un prodotto capace di offrire un'informazione tempestiva, tipico dello strumento digitale, ma anche utile sia per i "gruppi di ascolto" sia per gli "emittenti del messaggio" (anche soggetti commerciali) offerto a bassissimo costo. Siamo convinti che la comunicazione sia lo strumento indispensabile per favorire lo scambio commerciale e massimizzare la reputazione aziendale soprattutto nei periodi di crisi.

E' da tale convincimento che si è orientata la progettazione e le risorse tecniche e economiche iniziali alla realizzazione di una piattaforma digitale che, oltre a offrire informazione gratuita, fosse in grado di generare servizi di comunicazione e pubblicità a bassissimo impatto economico, a alta efficienza distributiva e elevata adattabilità alla maggior parte delle esigenze.

Un progetto che, nella sua complessità, persegua costantemente l'obiettivo di orientare la comunicazione sempre più mirata ai target di riferimento.

Un prodotto editoriale complesso, nato da un'idea semplice, con l'obiettivo di radicarsi sempre più nel tessuto sociale e economico locale.

Un progetto, quindi, in costante evoluzione sia nell'offerta di servizi innovativi destinati alle imprese e agli esercizi commerciali ma anche alle organizzazioni professionali, agli enti e istituzioni di diritto pubblico.