# Trasporti: Mit, treni a idrogeno, al via prime corse prova su Brescia-Iseo-Edolo

(Adnkronos) – Il futuro della mobilità ferroviaria entra sui binari della Brescia-Iseo-Edolo. Nella notte il primo treno a idrogeno ha iniziato le corse prova sulla linea, segnando un passaggio decisivo per il progetto H2iseO e per il rinnovo del trasporto ferroviario regionale. Lo comunica in una nota del Mit.

Intorno alle 23.30 il convoglio Alstom HMU 214-004 ha lasciato l'impianto di manutenzione di Rovato, dando il via ai test dinamici. Le prove si sono concluse intorno alle 4.00 del mattino, dopo circa 170 chilometri percorsi tra Brescia e Iseo. I test proseguiranno nelle prossime settimane e serviranno a verificare il funzionamento degli impianti e dei sistemi di bordo. Successivamente prenderà il via l'esercizio sperimentale previsto nell'ambito del percorso autorizzativo di Ansfisa, passaggio necessario in vista dell'entrata in servizio commerciale dei nuovi treni.

Un investimento che vede il Mit in prima linea: alla Lombardia sono stati assegnati 84,5 milioni di euro di risorse Pnrr per l'acquisto di sette treni a idrogeno. Soddisfazione del vicepresidente del Consiglio e Ministro, Matteo Salvini, per un progetto che rappresenta un esempio di innovazione e saper fare italiano applicati alla mobilità ferroviaria e che lo scorso anno è stato presentato anche nella cornice internazionale di Expo 2025 Osaka e in occasione dei Giochi olimpici invernali di Milano Cortina. Dalla progettazione ai binari: le prime corse prova aprono ora una nuova fase, verso un servizio ferroviario più moderno, innovativo e vicino alle esigenze del territorio.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

**Novità su Google, per aggiungere Key4Biz tra le tue fonti preferite, clicca qui**

**Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz**

https://www.key4biz.it/trasporti-mit-treni-a-idrogeno-al-via-prime-corse-prova-su-brescia-iseo-edolo/587679/

---

# Ora solare 2026, i pro e contro del cambio: l’analisi dell’esperto

(Adnkronos) – Minori consumi di energia con benefici economici e ambientali: l’ora legale presenta ancora numerosi vantaggi per lo Stato, le imprese e i cittadini. Difficile però tracciare un bilancio a lungo termine che tenga conto di tutti gli effetti del cambio dell’ora. Proprio da qui dovrebbe

partire la ricerca nei prossimi anni. In vista del ritorno dell'ora solare (domenica 25 ottobre), Antonio Disi, responsabile del Laboratorio Strumenti per la Promozione dell'Efficienza Energetica (Dipartimento Enea, Unità per l'Efficienza Energetica), esamina con Adnkronos vantaggi e svantaggi dello spostamento delle lancette due volte all'anno analizzando i dati energetici disponibili per l'Italia e alcune delle evidenze scientifiche più recenti.

L'ora legale fa risparmiare energia? "Sì, in Italia l'ora legale continua a produrre un risparmio di energia elettrica, anche se il beneficio si è progressivamente ridotto rispetto al passato, soprattutto perché l'illuminazione incide meno sui consumi grazie alla diffusione dei Led e di tecnologie più efficienti – risponde l'esperto – Per i sette mesi compresi tra il 29 marzo e il 25 ottobre 2026, Terna stima un minor consumo di circa 302 milioni di kWh, equivalenti al consumo medio annuo di 115mila famiglie. Il beneficio economico per il sistema elettrico nazionale è valutato in circa 80 milioni di euro, mentre la riduzione delle emissioni è stimata in 142mila tonnellate di CO2. Si tratta, naturalmente, di valori previsionali, ottenuti confrontando i consumi attesi con quelli che si avrebbero mantenendo l'ora solare. Il dato di lungo periodo aiuta però a comprendere la dimensione del fenomeno: secondo Terna, tra il 2004 e il 2025 l'ora legale avrebbe consentito un minor consumo complessivo di oltre 12 miliardi di kWh, con un beneficio economico cumulato stimato in circa 2,3 miliardi di euro".

Diversi i vantaggi per lo Stato, le imprese e i cittadini. "Il vantaggio più direttamente quantificabile riguarda il sistema elettrico. Una parte delle attività quotidiane si svolge quando è ancora disponibile luce naturale, ritardando il ricorso all'illuminazione artificiale. L'effetto non è uniforme durante tutti i sette mesi ma tende a essere più rilevante in primavera e in autunno e più contenuto nei mesi centrali dell'estate, quando le giornate sono già molto

lunghe”, spiega. Per lo Stato e per il sistema Paese “questo significa minori consumi elettrici, una riduzione della spesa complessiva per l’energia e minori emissioni associate alla produzione di elettricità”. Per le imprese, “soprattutto nei settori del commercio, del turismo, della ristorazione, dello sport e del tempo libero, la maggiore disponibilità di luce nelle ore serali può favorire la frequentazione degli spazi e prolungare alcune attività. Non si tratta però di un beneficio uniforme ma l’effetto varia molto in relazione al settore, al territorio e alle abitudini della popolazione”.

Per i cittadini, “il vantaggio principale consiste nell’avere più luce naturale nella parte della giornata in cui, terminati il lavoro o la scuola, si concentrano maggiormente gli spostamenti e le attività all’aperto. Alcuni studi associano questa maggiore disponibilità di luce serale a possibili benefici per l’attività fisica, la sicurezza stradale e la riduzione di alcune forme di criminalità. Le evidenze non sono però univoche e devono essere distinte dagli effetti, generalmente di breve durata, prodotti dal cambio dell’ora sul sonno e sui ritmi circadiani”.

Il bilancio a lungo termine è positivo? “È la domanda più interessante, ma anche quella alla quale la ricerca invita a rispondere con maggiore cautela. Prima di tutto bisogna distinguere due fenomeni: i giorni a ridosso del cambio dell’ora e l’intero periodo dell’ora legale – continua Disi – Gli effetti del cambio sono relativamente ben studiati. Una recente meta-analisi condotta su dodici studi in dieci Paesi stima, ad esempio, un aumento di circa il 4% del rischio di infarto miocardico acuto dopo il passaggio primaverile. Anche in Italia abbiamo evidenze interessanti: uno studio basato sui dati amministrativi Inail 2013-2017 ha rilevato un aumento del 2% degli infortuni sul lavoro nei primi tre giorni successivi all’introduzione dell’ora legale. L’effetto, però, scompare nei giorni successivi. Questo è un punto importante. Gli effetti osservati immediatamente dopo lo spostamento delle

lancette ci dicono molto sul costo della transizione, ma non ci dicono quale sia il bilancio dei sette mesi di ora legale”.

Quindi “per valutare quest’ultimo bisognerebbe costruire un vero controfattuale, confrontando ciò che accade durante i sette mesi di ora legale con ciò che sarebbe accaduto negli stessi mesi mantenendo l’ora solare. E bisognerebbe farlo considerando insieme consumi energetici, emissioni, salute, incidentalità, attività economiche e comportamenti. Oggi abbiamo buone evidenze su alcuni singoli effetti, ma non credo sia scientificamente corretto affermare che esista già un bilancio complessivo e definitivo, positivo o negativo”.

Intorno a questo tema si è sviluppato un dibattito, anche a livello europeo, sull’eliminazione del cambio dell’ora. “Il problema coinvolge dimensioni diverse e, in parte, contrapposte – chiarisce – Da un lato ci sono il risparmio energetico e i possibili benefici derivanti dalla maggiore disponibilità di luce nelle ore serali; dall’altro gli effetti sui ritmi circadiani e quelli associati allo spostamento delle lancette due volte l’anno. Credo che sia proprio la confusione tra questi due piani a rendere spesso poco chiaro il dibattito. Dimostrare che nei giorni successivi al cambio primaverile aumentano alcuni rischi non significa automaticamente dimostrare che sette mesi di ora legale abbiano un saldo negativo. Allo stesso modo, i 302 GWh di minori consumi stimati da Terna non sono sufficienti, da soli, per concludere che il saldo complessivo sia positivo”.

Dal punto di vista della ricerca, “la domanda interessante diventa allora un’altra: quanto vale per una società spostare un’ora di luce naturale dalla mattina alla sera? Non soltanto in termini di energia risparmiata, ma considerando insieme effetti economici, ambientali, sanitari e comportamentali. È probabilmente su questo bilancio complessivo che sarebbe utile concentrare maggiormente la ricerca nei prossimi anni”.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Ora solare 2026, i pro e contro del cambio: l’analisi dell’esperto appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/ora-solare-2026-i-pro-e-contro-del-cambio-lanalisi-dellesperto/587478/

---

# Pierrakakis: riforme dolorose ma funzionano, la lezione della Grecia

(Adnkronos) – L’Eurogruppo continuerà a spingere i Paesi membri della zona euro affinché varino riforme strutturali che, pur potendo risultare “dolorose” all’inizio, nel tempo danno “i loro frutti”, come attesta l’esperienza della Grecia. Lo ha detto oggi a Berlino il presidente dell’Eurogruppo Kyriakos Pierrakakis.

“In qualità di ministro delle Finanze della Grecia – ha affermato – posso confermarlo. Provengo da un Paese che ha dovuto attuare riforme estremamente dolorose e complesse in un arco di tempo molto ristretto e denso di impegni, spaziando dalla riforma delle pensioni a quella digitale. Tuttavia, quelle riforme hanno dato i loro frutti. Oggi la Grecia sta riducendo il proprio debito più rapidamente di qualsiasi altro Paese al mondo, registrando un tasso di crescita positivo e avanzi primari”.

“Ritengo – ha aggiunto – che da questa esperienza si possa trarre ispirazione. Noi stessi abbiamo certamente imparato molto lungo questo percorso. Quello che abbiamo compreso in modo più diretto e profondo è un concetto fondamentale: anche se le riforme possono risultare dolorose inizialmente, alla fine pagano, sul piano politico, economico e sociale”. “Non abbiamo alcun controllo – ha concluso – sugli eventi globali che ci circondano, ma spetta interamente a noi costruire un’economia europea meno vulnerabile alle dinamiche esterne. Questo è il nostro obiettivo ed è ciò che intendiamo perseguire in sede di Eurogruppo”.

A causa principalmente delle riforme imposte dalla Troika, volute soprattutto da Berlino, il Pil greco è diminuito di circa il 25% tra il 2008 e il 2016, per poi riprendere a crescere: la disoccupazione è schizzata fino a oltre il 28%, accompagnata da un forte aumento dei suicidi, in un Paese che storicamente ne registrava pochi (secondo uno studio pubblicato dal British Medical Journal, sono saliti del 35% tra il 2010 e il 2012, quando vennero varate le prime misure). Il Pil greco ha ripreso a crescere, ma resta ben al di sotto dei livelli pre-crisi.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Pierrakakis: riforme dolorose ma funzionano, la lezione della Grecia appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/pierrakakis-riforme-dolorose-ma-funzionano-la-lezione-della-grecia/587459/

# Nautica: annunciati numeri e novità del 66° Salone Nautico di Genova

(Adnkronos) – 1.000 imbarcazioni, 215 novità e 45 Paesi rappresentati da 5 continenti. Confindustria Nautica presenta a Milano la 66esima edizione del Salone Nautico Internazionale di Genova, in programma dall'1 al 6 ottobre, partendo da numeri che testimoniano la salute di un comparto chiamato a confrontarsi con le sfide del contesto geopolitico. Alla manifestazione di ottobre aumenta la presenza di imbarcazioni di maggiori dimensioni e dei multiscafi, così come cresce l'investimento di ICE Agenzia per portare nel capoluogo ligure buyer e giornalisti da 35 Paesi, mentre la nuova area Living Made in Italy mette al centro la cantieristica italiana di fascia alta. Importante anche l'attenzione riservata ai giovani, con la nuova Blue Arena dedicata a formazione, innovazione e professioni del mare.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Nautica: annunciati numeri e novità del 66° Salone Nautico di Genova appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/nautica-annunciati-numeri-e-novita-del-66-salone-nautico-di-genova/587476/

# Food, Anir Confindustria: “Per grande ristorazione più certezza su contratti e regole”

(Adnkronos) – “Stiamo passando da una fase di grande incertezza sul mercato a un momento in cui possiamo dare un po’ più di certezza”. Lo ha detto Paolo Valente, direttore generale di Anir Confindustria, durante l’evento ‘Italia, Storie Immense 2026-Grande Ristorazione, Cibo Pubblico’, promosso dall’Associazione all’Ara Pacis di Roma. Secondo Valente, un ruolo centrale è svolto dalle regole che governano gli appalti pubblici. “Le nostre regole creano occasioni di mercato e danno la possibilità ai produttori di crescere. L’80% di queste aziende fa contratti pubblici, ma questi contratti non sono in equilibrio, perché le aziende sostengono costi senza vedersi riconoscere i veri incrementi”. Su questo fronte, ha ricordato Valente, “è stata costruita un’interlocuzione politica molto forte”. Il lavoro con il Ministero ha portato alla definizione di linee guida sulla revisione ordinaria dei prezzi. “Oggi è possibile dare la possibilità di revisionare i prezzi, cosa che prima non era possibile”, ha affermato.

Guardando all’Europa, Valente ha parlato di un passaggio “topico” per il settore. “Il 9 settembre è stato varato il regolamento sul procurement europeo. Questo codice degli appalti europeo va verso la qualità dei nostri servizi, del cibo, ma soprattutto vuole uniformare un mercato, superando le varie regole dei singoli Paesi”. Il direttore generale di Anir Confindustria ha però evidenziato anche alcune criticità. “In Italia su alcuni aspetti, come prezzi, sostenibilità e contratti di lavoro, siamo molto avanti, quindi abbiamo il timore che questo nuovo Pac possa segnare un passo indietro”.

Infine, il tema della sostenibilità e della continua evoluzione normativa. “Il continuo cambiamento di queste regole, se da una parte vuole chiarire, dall’altra crea spesso una difficoltà per le aziende perché si allungano i tempi”, ha concluso Valente.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Food, Anir Confindustria: “Per grande ristorazione più certezza su contratti e regole” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/food-anir-confindustria-per-grande-ristorazione-piu-certezza-su-contratti-e-regole/587461/

---

# Energia, Pichetto e Bardi: “In Basilicata nessun aumento dei tetti di estrazione”

(Adnkronos) – “Le estrazioni di petrolio in Basilicata sono regolate, per la Val d’Agri, dal Protocollo d’intesa sottoscritto nel 1998 dalla Giunta Dinardo e, per Tempa Rossa, dal Protocollo d’intesa sottoscritto nel 2006. I tetti massimi di estrazione previsti da tali accordi restano pienamente in vigore e vincolanti: non c’è alcuna intenzione, né da parte del Governo né della Regione Basilicata, di modificarli”. È quanto dichiarano, in una nota congiunta, il ministro dell’Ambiente e della Sicurezza Energetica, Gilberto Pichetto Fratin, e il presidente della Giunta regionale della Basilicata, Vito Bardi.

“La produzione lucana – aggiungono – può aumentare o diminuire in funzione delle esigenze del periodo, ma sempre e comunque nel rispetto dei limiti stabiliti dai protocolli. È quanto è avvenuto anche negli anni passati. Oggi, in una fase in cui rafforzare l’indipendenza energetica del Paese è una priorità, sia per ragioni di sicurezza sia per l’efficienza del sistema e il contenimento dei costi per famiglie e imprese, è naturale guardare anche alla piena valorizzazione delle risorse nazionali. Ma questo avverrà senza alcuna modifica dei tetti già previsti: l’estrazione resterà entro i limiti stabiliti”.

Nei giorni scorsi “il Governo ha varato un decreto in materia di attività energetiche strategiche, con l’obiettivo di rendere più rapidi e certi i procedimenti autorizzativi. A questo scopo è prevista anche la possibilità di nominare un commissario ad acta, su richiesta del presidente della Regione o da parte del Governo, previo coinvolgimento della Regione. Si tratta di un meccanismo di accelerazione delle procedure che lascia fermo e imprescindibile il ruolo della Regione e garantisce il rispetto di tutte le tutele previste. Restano inoltre ferme e rafforzate – proseguono – le garanzie ambientali e le compensazioni per il territorio, comprese le royalties destinate ai Comuni e alle comunità lucane, che aumentano in proporzione alla produzione effettivamente erogata. Sicurezza energetica e tutela del territorio non sono obiettivi contrapposti, ma devono procedere insieme. La Regione Basilicata, d’intesa con il Mase, ha già rafforzato il sistema dei controlli sul Centro Olio Val d’Agri e sulle aree estrattive, attraverso il monitoraggio continuo di Arpab, la pubblicazione trasparente dei dati e una gestione rigorosa degli eventuali sversamenti, con obbligo di intervento immediato e verifiche indipendenti”.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Energia, Pichetto e Bardi: “In Basilicata nessun aumento dei tetti di estrazione” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/energia-pichetto-e-bardi-in-basilicata-nessun-aumento-dei-tetti-di-estrazione/587463/

---

# Food, Anir Confindustria: “Progettare futuro e diventare sempre più pezzo industria italiana”

(Adnkronos) – “Abbiamo fatto molta strada, ma la cosa che ci interessa è progettare il futuro”. E’ quanto ha dichiarato Massimo Piacenti, presidente di Anir Confindustria, in occasione della quinta edizione di ‘Immense 2026-grande ristorazione, cibo pubblico’, la giornata di confronto tra istituzioni, Parlamento, imprese e stakeholder promossa da Anir Confindustria all’Auditorium dell’Ara Pacis di Roma. “Oggi siamo qua con tutti gli stakeholder. I fornitori debbono far parte in maniera permanente di una filiera strutturata. Dobbiamo diventare sempre di più un pezzo dell’industria italiana”, ha sottolineato Piacenti, indicando nella costruzione di una filiera più organizzata uno degli obiettivi centrali per il futuro della ristorazione collettiva. “La ristorazione collettiva è un servizio alle persone che ha a monte un’attività produttiva, dove si fanno i pasti. Abbiamo una grandissima responsabilità, ne siamo consapevoli, perché facciamo mangiare tante persone: bambini, bambine, malati, anziani, lavoratori. Incidiamo sul loro benessere, sulla loro salute”, ha aggiunto.

Per il presidente di Anir Confindustria, il ruolo della ristorazione collettiva va quindi considerato anche in una prospettiva più ampia di prevenzione e sostenibilità sociale ed economica. “Ci sono molte patologie che nascono in età infantile. Pensiamo non solo alla sofferenza per le persone, ma anche ai costi per il Servizio sanitario nazionale e per la produttività del Paese”, ha spiegato. Da qui la richiesta di una maggiore attenzione istituzionale al comparto. “Ci stiamo organizzando perché come filiera si possa contare di più in questo Paese e chiederemo che nel prossimo governo ci sia una delega specifica per il mondo dei servizi”, ha detto Piacenti. “Serve qualcuno che faccia sintesi e che valorizzi questa realtà”.

Una realtà che, secondo il presidente di Anir Confindustria, deve essere riconosciuta anche per la sua dimensione industriale e occupazionale. Infine, Piacenti ha indicato nella formazione e nell’innovazione due leve decisive per lo sviluppo del settore. “Dobbiamo investire molte risorse nella formazione, nella qualità, ma anche nella digitalizzazione, inserire anche elementi di intelligenza artificiale. Le attività ripetitive lasciamole fare alle macchine, lasciamo che le persone sempre più formate e qualificate facciano le attività a più alto valore aggiunto”, ha concluso il presidente di Anir Confindustria.

—

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Food, Anir Confindustria: “Progettare futuro e diventare sempre più pezzo industria italiana” appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/food-anir-confindustria-progettare-futuro-e-diventare-sempre-piu-pezzo-industria-italiana/587465/

# Nautica: oltre 1.000 imbarcazioni e 45 Paesi, a Genova il 66° Salone Internazionale

(Adnkronos) – Oltre 1.000 imbarcazioni, 215 novità, 45 Paesi rappresentati da 5 continenti e un layout in acqua che cresce del 4%: il 66° Salone Nautico Internazionale, organizzato da Confindustria Nautica a Genova dall'1 al 6 ottobre, si presenta con numeri che confermano la capacità della manifestazione di rappresentare l'evoluzione del mercato e l'intera articolazione della nautica da diporto. Particolarmente significativo il rafforzamento della presenza delle imbarcazioni di maggiori dimensioni: cresce l'occupazione della darsena Yacht & Superyacht e la dimensione media delle tre unità maggiori di ogni segmento aumenta del 14,1% rispetto al 2025. In crescita anche il comparto dei multiscafi, con un incremento del 28% delle unità esposte. Segnali che assumono particolare rilievo nell'attuale scenario di mercato e che confermano la capacità del Salone di intercettarne le dinamiche.

"I numeri di questa edizione hanno un significato che va oltre il dato quantitativo, perché il Salone è espressione diretta del mercato e dell'industria che rappresenta. Parliamo di un'industria che ha raggiunto 8,6 miliardi di euro di fatturato, attiva oltre 13 miliardi di valore aggiunto e quasi 170.000 occupati, con circa il 90% della produzione destinata ai mercati esteri – ha dichiarato il presidente di Confindustria Nautica, Piero Formenti – La crescita del layout in acqua, l'aumento delle dimensioni delle imbarcazioni

presenti e l’evoluzione dei diversi segmenti raccontano un settore che cambia e una manifestazione capace di cambiare insieme ad esso. È questa la forza di un Salone organizzato dall’Associazione nazionale di settore: ascoltare le imprese, interpretarne le esigenze e tradurle in un progetto che tiene insieme rappresentanza e mercato, visione industriale e proiezione internazionale”.

I dati e i contenuti della 66ª edizione del Salone Nautico Internazionale sono stati presentati oggi a Milano, nella sede di Fondazione Edison, nel corso della conferenza stampa aperta dal saluto di Beatrice Biagetti, segretario generale di Fondazione Edison, e dall’intervento del presidente di Confindustria Nautica Piero Formenti. Sono intervenuti Marina Stella, direttore generale di Confindustria Nautica; Raffaello Napoleone, presidente IT-EX Italian Association of International Exhibitions; Alberto Racca, ceo Trussardi e Gruppo Miroglio; e Paolo Brescia, cofondatore Obr e presidente della Giuria del Design Innovation Award, moderati da Simone Spetia, giornalista di Radio24. Gli interventi sono stati preceduti dai saluti istituzionali di Matteo Zoppas, presidente di Ice Agenzia; Marco Bucci, presidente della Regione Liguria; Silvia Salis, sindaca di Genova; e Matteo Paroli, presidente dell’Autorità di Sistema Portuale e Aeroporto di Genova.

Tra i segnali più significativi dell’edizione 2026 si distingue il rafforzamento della presenza delle imbarcazioni di maggiori dimensioni. In questo quadro nasce “Living Made in Italy”, la nuova area in banchina H, sviluppata con il supporto di Ice Agenzia, con allestimenti, lounge e servizi di accoglienza dedicati alla valorizzazione della cantieristica nazionale oltre i 24 metri. Il progetto ha raccolto la partecipazione al Salone di superyacht nella fascia dai 35 ai

50 metri. Il ritorno del Salone nel mese di ottobre trova così una verifica concreta nel mercato: la nuova collocazione favorisce il ritorno a Genova dei grandi player e la presenza di imbarcazioni di dimensioni maggiori. “Living Made in Italy” valorizza questa evoluzione attraverso un progetto dedicato a uno dei segmenti nei quali la cantieristica italiana esprime una leadership riconosciuta sui mercati mondiali.

Tra le principali novità dell’edizione figurano la prosecuzione dei lavori nell’area del Waterfront di Levante e il completo utilizzo del nuovo Palasport, mentre stanno andando avanti i lavori del nuovo albergo e della Fabbrica delle Idee. All’interno del Palasport, grazie a un investimento di Confindustria Nautica e Ice Agenzia, nasce Blue Arena, una novità assoluta in 66 edizioni di Salone, con l’obiettivo di avvicinare alla nautica da diporto un pubblico più ampio e trasformare curiosità e interesse in conoscenza, esperienza e opportunità.

“Blue Arena rappresenta un importante investimento di risorse che abbiamo fortemente voluto per avvicinare nuovi pubblici alla nautica, a partire dai giovani, e mostrare non soltanto ciò che questo settore produce, ma anche le opportunità che può offrire – ha aggiunto Piero Formenti – È uno spazio aperto e accessibile gratuitamente, creando un nuovo ‘abbraccio’ tra il Salone, la città e il pubblico. I suoi contenuti riprendono le Milestone del Piano per la nautica 2025-2029: formazione e professioni del mare, sostegno all’industria, innovazione e sostenibilità, cultura del mare, valorizzazione del Made in Italy”.

Il progetto si articola nelle aree Start Boating, StartUp & Innovazione, Formazione e Professioni del Mare, Mondo Vela e Istituzioni militari del mare. Start Boating offrirà un primo

accesso concreto alla navigazione e alla cultura del mare, affiancando alla possibilità di conoscere imbarcazioni con motorizzazioni fino a 25 CV la promozione della patente nautica D1, introdotta dal Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti su iniziativa di Confindustria Nautica e conseguibile già dai 16 anni. StartUp & Innovazione, in collaborazione con Ice Agenzia, e Formazione e Professioni del Mare in collaborazione con Università, PoliMI e Blue Skills Village, metteranno al centro nuove idee, competenze e opportunità professionali. A completare questo racconto è Mondo Vela, con la presenza della Federazione Italiana Vela e del proprio stand istituzionale, attraverso il quale la vela entra nella Blue Arena in alcune delle sue espressioni più rappresentative: dalla dimensione autentica e formativa delle derive fino alle frontiere più dinamiche e contemporanee del foiling. La Blue Arena vedrà anche la presenza delle Istituzioni militari del Mare, con la presenza di Marina Militare, Capitaneria di Porto – Guardia Costiera e Guardia di Finanza, che coinvolgeranno il pubblico anche attraverso simulatori. Nella stessa direzione, ovvero avvicinare le nuove generazioni a una cultura capace di coniugare passione, competenze e futuro, si inserisce la conferma del biglietto Under 25 a tariffa agevolata.

Per un’industria fortemente orientata all’export, la capacità di costruire relazioni qualificate con i mercati internazionali costituisce una funzione centrale del Salone Nautico. Nell’edizione 2026 Ice Agenzia raddoppia il proprio impegno nel programma di incoming internazionale della manifestazione, sia sul fronte dei buyer sia su quello dei giornalisti esteri, con presenze provenienti da 35 Paesi. L’investimento amplia la partecipazione internazionale e, soprattutto, le occasioni di relazione tra le imprese, gli operatori, i media e i mercati esteri.

“Quando si parla di nautica in Italia non si può non parlare del Salone Nautico, diventato un punto di riferimento

internazionale – ha dichiarato Matteo Zoppas, presidente di Ice Agenzia – Ma anche le manifestazioni più consolidate devono continuare a evolvere, innovare e accrescere la propria attrattività, soprattutto in un contesto di forte competizione internazionale. È in questa direzione che abbiamo lavorato con Confindustria Nautica, rafforzando in modo significativo il nostro contributo al Salone. Quest'anno passiamo da 70 a 180 buyer esteri: non soltanto acquirenti di superyacht, ma importatori, distributori e concessionari, interlocutori fondamentali soprattutto per le piccole e medie imprese. A questo si aggiungono oltre 80 giornalisti contattati, il progetto dedicato alle Start-up e una campagna di comunicazione internazionale per rafforzare il posizionamento del Salone Nautico e del Made in Italy sui mercati esteri".

"Per un'industria come la nostra, fortemente orientata all'export, la dimensione internazionale del Salone Nautico significa creare relazioni qualificate e opportunità concrete per le imprese – ha affermato Marina Stella, direttore Generale di Confindustria Nautica – Il raddoppio dell'impegno di Ice Agenzia sul programma di incoming consente non soltanto di diversificare la partecipazione internazionale, ma rappresenta uno strumento efficace di qualificazione e consolidamento delle relazioni che il Salone è in grado di costruire per le nostre imprese in termini di posizionamento internazionale".

La capacità di generare relazioni e opportunità riguarda l'intera articolazione della filiera. È in questa prospettiva che tornano, per il secondo anno, i TechTrade Days, dedicati ai comparti dell'accessoristica e della componentistica nautica. Nelle giornate dell'1 e 2 ottobre, oltre 400 brand specializzati saranno protagonisti di un format B2B pensato per mettere direttamente in relazione cantieri, progettisti,

uffici tecnici, responsabili acquisti, produttori, distributori e fornitori. I TechTrade Days valorizzano così non soltanto il prodotto finito, ma l'intera catena di competenze, tecnologie e specializzazioni che contribuisce alla competitività dell'industria nautica da diporto.

"Il programma di convegni Forum26 nasce dalla funzione di ascolto e di rappresentanza di Confindustria Nautica e porta all'interno del Salone Nautico le tematiche che incidono più direttamente sulla competitività delle nostre imprese. Il patrocinio della Commissione Europea conferma il valore economico e scientifico di un programma che mette in relazione industria, mercato e istituzioni, approfondisce i temi che incidono sul presente delle aziende e anticipa le trasformazioni che determineranno il futuro del settore, tre direttrici attraverso cui Forum26 interpreta la funzione associativa del Salone Nautico – ha sottolineato Marina Stella. Il Salone Nautico è un progetto che in ogni edizione evolve e lascia un segno concreto alle imprese e al mercato perché nasce da un grande atto di responsabilità di Confindustria Nautica".

Il programma prende avvio già il 30 settembre con la presentazione de La Nautica in Cifre, l'analisi del mercato 2025 realizzata dall'Ufficio Studi di Confindustria Nautica con Fondazione Edison e Iulm Comar. Il 1° ottobre, il convegno inaugurale "Industria, Innovazione, Istituzioni: le rotte comuni della nautica" porterà al centro il rapporto tra sviluppo industriale, innovazione e decisori pubblici. La cerimonia inaugurale si concluderà con un momento di particolare valore istituzionale: alla presenza del ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso, sarà svelato il francobollo della serie tematica "Le Eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy" dedicato al Salone Nautico Internazionale. Un riconoscimento che inserisce la manifestazione nel racconto delle eccellenze produttive del

Paese.

L’innovazione trova una delle sue espressioni più autorevoli nella settima edizione del Design Innovation Award, il riconoscimento istituito nel 2020 da Confindustria Nautica e dal Salone Nautico Internazionale per valorizzare l’eccellenza progettuale e sostenere la cultura dell’innovazione nella nautica da diporto. In pochi anni, il Premio si è affermato come un osservatorio sull’evoluzione progettuale del settore, uno strumento per leggere attraverso design, tecnologia e sostenibilità alcune delle trasformazioni della nautica contemporanea. La Giuria internazionale sarà presieduta quest’anno dall’architetto Paolo Brescia, cofondatore di Obr – Open Building Research, figura che unisce cultura del progetto, innovazione e una profonda conoscenza del rapporto tra architettura, mare e territorio. In occasione della settima edizione sarà presentato il volume dedicato alle prime sei edizioni del Design Innovation Award: una rilettura, attraverso i progetti premiati, del percorso costruito dal Premio insieme all’industria e di sei anni di evoluzione del design e dell’innovazione nautica.

Paolo Brescia, presidente della Giuria del Design Innovation Award, ha dichiarato: “Il design sta vivendo un momento di profonda trasformazione e oggi porta con sé un forte senso di responsabilità. Con il Design Innovation Award vogliamo stimolare una riflessione su una transizione che non sia soltanto energetica, ambientale o digitale, ma anche culturale, spostando l’attenzione dai prodotti alle idee e ai processi che li rendono possibili. Perché quando parliamo di design nautico non parliamo soltanto di barche, ma della loro relazione con le persone, con l’ambiente che le ospita e con il mare. È un principio che ritrovo anche nella Casa della Vela, nata per creare un rapporto con il mare e restituire uno spazio alla dimensione pubblica: una piazza sul mare, aperta a 360 gradi, dalla quale vedere la città dal mare e il mare dalla città, uno spazio per tutti e capace, in occasione degli

eventi, di trasformarsi in uno stadio delle regate”.

I vincitori saranno proclamati venerdì 2 ottobre nel corso della serata dedicata al Design Innovation Award sulla Terrazza del Padiglione Blu. La cultura del progetto si accompagna nel 2026 a un rinnovato impegno del Salone sul fronte della cultura e dell’editoria, con un calendario di presentazioni e incontri che offrirà al pubblico occasioni di confronto con autori e personalità di primo piano. Tra gli ospiti, grandi firme del giornalismo e della saggistica come Paolo Mieli e Antonio Caprarica. Nell’ambito della rassegna Incontri in Blu, organizzata dal Galata Museo del Mare, il Salone ospiterà inoltre l’incontro con Riccardo Bonadeo, Presidente di One Ocean Foundation, e Giulio Bertelli, Vicepresidente di Luna Rossa.

Anche lo sport sarà protagonista, con l’America’s Cup in primo piano. Dopo la firma, lo scorso anno, del protocollo che vede Confindustria Nautica quale Strategic Marine Industry Advisory Partner della 38th Louis Vuitton America’s Cup, prosegue il rapporto di collaborazione con gli organizzatori dell’evento. Un programma che amplia il rapporto della manifestazione con il pubblico e contribuisce a diffondere la cultura del mare attraverso linguaggi, esperienze e punti di vista molteplici.

Hanno scelto di affiancare la 66ª edizione del Salone Nautico Internazionale Alfa Romeo (Official Car), Eberhard & Co. (Official Timekeeper), Bper Banca (Welcome Partner), Slam (Official Clothing Partner), Andersen e Sara Assicurazioni (Sponsor), Trussardi (Lifestyle & Fashion Partner), Roche Bobois (Partner Tecnico) e Henoto (Sponsor Tecnico). A questi si affiancano le aziende che hanno scelto di accompagnare alcuni progetti speciali della manifestazione: Venini,

Riflessi e Leonardo per la nuova area “Living Made in Italy”, dedicata al segmento di fascia alta, e Freccianera Franciacorta per gli eventi serali del Salone.

Per Beatrice Biagetti, segretario generale di Fondazione Edison, “la collaborazione con Confindustria Nautica, avviata nel 2015, riveste una grande importanza per Fondazione Edison. La nautica è un comparto di grande rilevanza per il nostro Paese, uno dei pilastri importanti del Mediterraneo: è un settore ad alto valore aggiunto, fortemente collegato all’export, capace di rafforzare la competitività internazionale dell’Italia e tra quelli che hanno registrato i maggiori tassi di crescita nell’ultimo decennio. È quindi con particolare piacere che ospitiamo questo appuntamento, occasione di discussione e confronto su un settore strategico per il Paese”.

“La nautica – ha sottolineato Marco Bucci, presidente della Regione Liguria – è uno dei grandi comparti strategici della Liguria e il Salone Nautico di Genova è una vetrina internazionale per le nostre imprese e per tutto il territorio. La crescita dell’esposizione e la fiducia confermata dalle aziende dimostrano quanto questa manifestazione sia importante per la Liguria e per l’intera industria nautica italiana. Negli ultimi anni abbiamo fatto passi avanti importanti, a partire dal nuovo Waterfront di Levante, che offre al Salone un luogo che non è secondo a nessuno, e che presto vedrà aggiungersi anche un albergo e la Fabbrica delle Idee, dedicata a piccole-medie imprese e startup dell’economia del mare. È il risultato di un lavoro più ampio sugli investimenti e sulle infrastrutture, dalla Diga di Genova al Terzo Valico, che rafforzano la competitività del territorio. Come Regione continueremo a lavorare insieme a Confindustria Nautica e alle altre istituzioni per consolidare il ruolo internazionale del Salone e far crescere un’economia del mare capace di generare sempre

più sviluppo e occupazione per tutta la Liguria”.

Per Silvia Salis, sindaca di Genova, “il Salone Nautico è parte integrante dell’identità di Genova e della sua vocazione marittima, è il brand più grande della nostra città su scala nazionale e internazionale. È una manifestazione che racconta al mondo la forza della nautica italiana, ma anche una città che sul mare continua a costruire il proprio futuro. Come Comune ci stiamo impegnando proprio in questa direzione, dando vita alla Scuola delle Professioni del Mare e della Blue Economy, per rafforzare il legame tra formazione, competenze e imprese e creare nuove opportunità di lavoro per i giovani o per chi deve reinventarsi una professione. Quest’anno il Salone si apre ancora di più alla città, con un Fuori Salone che porterà eventi e iniziative anche oltre gli spazi della manifestazione. Tra questi, un appuntamento speciale sarà quello con la dj Novah, una delle protagoniste del panorama internazionale della musica elettronica. Vogliamo che il Salone sia sempre più un appuntamento della città e per la città, capace di coinvolgere Genova e valorizzarne la vocazione marittima, guardando al futuro e alle nuove generazioni”.

“Il Salone Nautico Internazionale è un evento importante per il tessuto imprenditoriale, culturale e sociale del nostro territorio: è il Salone Nautico d’Italia e uno dei più importanti appuntamenti che la nautica mondiale celebra ogni anno – ha evidenziato Matteo Paroli, presidente dell’Autorità di Sistema Portuale e Aeroporto di Genova – Gli eventi che si svolgono nei porti possono avere una ricaduta sociale importante, produrre ricchezza sul territorio e dare lustro all’italianità nel mondo. Per questo l’Autorità di Sistema Portuale ha sempre assicurato il massimo sostegno al Salone, nella convinzione che la pubblica amministrazione debba essere

al fianco delle imprese quando operano in sinergia con il territorio. E vogliamo fare ancora di più: nel nuovo Piano Regolatore di Sistema Portuale abbiamo individuato una prospettiva di ampliamento delle superfici destinate alla nautica, per dare maggiore spazio e capacità a un settore che rappresenta una delle eccellenze nazionali".

Secondo Raffaello Napoleone, presidente IT-EX Italian Association of International Exhibitions, "il nostro Paese si è sempre rappresentato attraverso grandi appuntamenti collettivi: Genova per la nautica, Firenze e Milano per la moda, il sistema fieristico per altri comparti industriali. È attraverso queste piattaforme che un sistema industriale nel suo complesso riesce a rafforzare il proprio posizionamento e a rappresentarsi sui mercati internazionali, esprimendo creatività, tecnologia e leadership. In questo quadro è determinante il ruolo delle associazioni di settore: nessuna organizzazione può conoscere altrettanto bene le esigenze delle aziende e tradurle nella manifestazione fieristica. Le fiere, però, devono anche essere esperienze: devono rinnovarsi ogni anno e offrire qualcosa di nuovo, perché è sempre più attraverso la qualità dell'esperienza che si costruiscono attrattività e capacità di competere".

"Tra Trussardi e il mondo della nautica ci sono affinità profonde, a partire dall'idea di bellezza. La bellezza non è creatività senza vincoli: nasce quando la creatività incontra la realtà – ha detto Alberto Racca, ceo Trussardi e Gruppo Miroglio – Una barca è bella anche in virtù di ciò che fa, del movimento, di linee che non sono mai fini a sé stesse. È un'idea molto vicina a quella di eleganza che appartiene a Trussardi: un'eleganza discreta, in movimento, che Nicola Trussardi identificò nel levriero, simbolo della Maison. È da questa affinità che parte la collaborazione con il Salone Nautico Internazionale: saremo presenti con Trussardi Casa negli spazi della VIP Lounge e negli uffici istituzionali, con una capsule collection dedicata al Salone e con la

partecipazione ad alcuni eventi. Per noi è il punto di partenza di una collaborazione con un mondo che sentiamo profondamente affine a ciò che siamo e a ciò che vogliamo rappresentare”.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Nautica: oltre 1.000 imbarcazioni e 45 Paesi, a Genova il 66° Salone Internazionale appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/nautica-oltre-1-000-imbarcazioni-e-45-paesi-a-genova-il-66-salone-internazionale/587467/

---

# Roma, alla Camera le premiazioni del Grand Prix della Comunicazione Istituzionale 2026

(Adnkronos) – Roma, 15 set. –

Si è tenuta presso la Sala della Regina di Palazzo Montecitorio, la cerimonia di premiazione della prima edizione del Grand Prix della Comunicazione Istituzionale 2026 un evento che ha posto l’attenzione sulla professionalità e le competenze di chi opera nell’ambito della comunicazione istituzionale, valorizzando i progetti realizzati da Istituzioni, enti pubblici, associazioni, imprese e organismi di rappresentanza. Il premio, organizzato da Touchpoint,

testata di riferimento del mondo della comunicazione e del marketing edita da Oltre La Media Group, e da Ital Communications, in collaborazione con Assocomunicatori, mette al centro le idee, le strategie, i risultati e l'impatto reale. L'obiettivo – si sottolinea in una nota – "è contribuire alla diffusione di buone pratiche, elevare il livello della comunicazione istituzionale e sostenere un ecosistema che deve essere sempre più trasparente, inclusivo, innovativo e orientato al cittadino".

Per Francesco Battistoni, Segretario di Presidenza della Camera dei Deputati "le istituzioni cambiano, il linguaggio evolve, gli stakeholder si moltiplicano e per questo servono modelli di comunicazione che siano sempre più efficaci e che sappiano proporre nuove narrazioni e nuove competenze. In un contesto sociale ed economico mutevole, incerto e complesso la comunicazione istituzionale svolge un ruolo fondamentale per continuare a mantenere intatto il rapporto fiduciario fra cittadini e istituzioni. Il Grand Prix della Comunicazione nasce con questo scopo: mettere al centro le idee, le strategie, i risultati e l'impatto reale che il modo di comunicare ha sulla società e sui cittadini. Ciò che facciamo oggi è dare un riconoscimento alla qualità e alla capacità di chi è riuscito a distinguersi nel proprio settore, e lo ha fatto rafforzando l'interesse generale delle comunità e della società".

Come ha sottolineato Federico Mollicone, Presidente Commissione Cultura, Scienza e Istruzione della Camera dei Deputati, "il professionista della comunicazione è chiamato ad assicurare la tracciabilità delle informazioni, la tutela della paternità dei contenuti, mantenendo centrale la responsabilità della persona e la qualità dell'informazione pubblica. Essa costituisce una vera e propria infrastruttura democratica, indispensabile per garantire l'esercizio dei diritti e preservare quel patto di fiducia inderogabile che unisce i cittadini alle istituzioni della Repubblica. In

questa legislatura mi sono battuto per il riconoscimento delle figure professionali che operano nella comunicazione digitale, social e istituzionale all'interno della Pubblica Amministrazione. Ora, la sfida più importante riguarda la tutela di queste professioni, anche alla luce dell'affermazione dell'intelligenza artificiale generativa. Su questo fronte, il Governo è già intervenuto, insieme alle norme adottate a livello europeo, ma come Commissione Editoria intendiamo avviare un'indagine conoscitiva sull'impatto che l'intelligenza artificiale avrà sui mestieri della comunicazione. Questo premio rappresenta quindi un'ottima notizia, perché contribuisce a valorizzare e riconoscere una professione che richiede grande passione, competenza, capacità di aggiornamento continuo, responsabilità e propensione all'innovazione".

Secondo Roberto Marti, Presidente della Commissione Cultura e patrimonio culturale, istruzione pubblica, ricerca scientifica, spettacolo e sport del Senato "comunicare bene è fondamentale: significa saper portare all'interno delle case dei cittadini un'informazione chiara, efficace e di qualità, rafforzando il rapporto tra le istituzioni e la comunità. Porto il saluto del Senato della Repubblica e rivolgo i miei complimenti a tutti coloro che, con il loro lavoro, contribuiscono ogni giorno a promuovere una buona comunicazione istituzionale".

Attilio Lombardi, Founder di Ital Communications, ha espresso soddisfazione per "aver dato vita al Grand Prix della Comunicazione Istituzionale, un'iniziativa nata per valorizzare l'eccellenza e il merito. Vogliamo riconoscere persone, organizzazioni e progetti che, attraverso una visione innovativa, contribuiscono alla crescita delle comunità e allo sviluppo delle competenze professionali. Dare valore a queste esperienze significa promuovere una cultura della qualità e dell'innovazione, mettendo al centro chi si impegna per il territorio e per la modernizzazione del Paese. Il nostro

premio vuole essere uno stimolo a mettersi in gioco, a confrontarsi con nuove esperienze. Crediamo che riconoscere l'importanza di un progetto o di una professionalità sia anche l'occasione per creare nuove opportunità di incontro e di collaborazione. Con il Grand Prix vogliamo favorire relazioni, aprire nuove prospettive professionali e dare spazio a idee e competenze in grado di produrre un impatto positivo sulle persone e sui territori".

Per Domenico Colotta, Presidente di Assocomunicatori: "Oggi la comunicazione istituzionale è molto più di uno strumento per diffondere informazione: è uno dei principali mezzi con cui un'istituzione costruisce un rapporto di credibilità nei confronti dei propri interlocutori. Con la prima edizione del Grand Prix della Comunicazione Istituzionale abbiamo inteso premiare quei soggetti che hanno operato in questo senso. In una società caratterizzata dalla velocità dell'informazione, dalla moltiplicazione delle fonti e dalla presenza dell'Intelligenza Artificiale, il valore della comunicazione non si misura soltanto sulla capacità di ottenere visibilità, ma su quella di parlare con autorevolezza, senza rinunciare alla capacità di ascoltare".

Andrea Crocioni, Direttore Responsabile di Touchpoint, ha osservato: "Come Touchpoint, testata di riferimento nel mondo della comunicazione, abbiamo sempre osservato e raccontato l'evoluzione del settore, individuando idee, linguaggi e modelli capaci di creare valore. Da questa esperienza nasce, insieme ad Assocomunicatori e Ital Communications, una visione condivisa: valorizzare la comunicazione istituzionale come leva fondamentale per costruire fiducia e relazione con cittadini e comunità. Il Grand Prix della Comunicazione Istituzionale ha preso corpo da un attento lavoro di scouting e dalla volontà comune di definire standard elevati, premiando i progetti più virtuosi per qualità, innovazione, trasparenza e impatto reale. Questa iniziativa vuole contribuire a riconoscere le migliori esperienze oggi presenti e aiutare a

orientare in senso positivo il futuro della comunicazione istituzionale”.

Nel corso della cerimonia sono stati assegnati i seguenti riconoscimenti:

· Premio Comunicazione Istituzionale Società Pubbliche al Gruppo Ferrovie dello Stato, ritirato da Giuseppe Inchingolo, Vicedirettore Generale Corporate del Gruppo FS, per l’eccellenza nella gestione della comunicazione istituzionale e per la capacità di raccontare con chiarezza, autorevolezza e visione lo sviluppo strategico e la mobilità del Paese;

· Premio Innovazione & Digital Public Communication a Poste Italiane, ritirato da Paolo Iammatteo, Direttore della Comunicazione, per il ruolo centrale svolto nell’evoluzione della comunicazione pubblica digitale e per aver accompagnato con visione la transizione verso servizi sempre più accessibili, inclusivi ed efficienti;

· Premio Comunicazione e Sport a Rai Sport, ritirato dal Direttore Marco Lollobrigida, per la professionalità dimostrata nella comunicazione giornalistica sportiva e per la capacità di valorizzare lo sport come strumento di coesione sociale, cultura e identità nazionale;

· Premio Comunicazione Civica e Sociale alla Polizia Stradale, ritirato da Santo Puccia, Direttore del Servizio Polizia Stradale della Polizia di Stato, per l’efficacia delle campagne di sicurezza stradale e per l’uso della comunicazione come strumento di prevenzione, educazione e tutela della collettività;

· Premio Comunicazione e Ricerca Applicata alla Luiss Business School, ritirato dal Professor Matteo Caroli, Associate Dean for Sustainability and Impact presso Luiss Business School, per la capacità di valorizzare la ricerca applicata e la divulgazione accademica attraverso una narrazione istituzionale chiara, innovativa e di respiro internazionale;

· Premio Comunicazione Sociale e Terzo Settore alla Fondazione Policlinico Universitario Campus Bio-Medico, ritirato dall'ingegner Carlo Tosti, Presidente dell'Università Campus Bio-Medico di Roma, e da Paolo Sormani, Amministratore Delegato e Direttore Generale della Fondazione Policlinico Universitario Campus Bio-Medico, per l'impegno nel coniugare eccellenza nella ricerca e nella cura della persona con una visione della comunicazione sociale trasparente, empatica e orientata al bene comune;

· Premio Comunicazione dei Corpi Intermedi e della Rappresentanza dei Lavoratori a UGL, ritirato dal Segretario Generale Paolo Capone, per l'iniziativa "Quattro transizioni, un solo lavoro. Per un'Italia che governa il cambiamento", dedicata ai temi dell'innovazione tecnologica, della transizione energetica, delle dinamiche demografiche e dei nuovi modelli produttivi e occupazionali;

· Premio Progetti Integrati e Multicanale a ISPRA, ritirato da Chiara Bolognini, Coordinatrice comunicazione ISPRA, per "Facciamo Circolare", campagna di comunicazione dedicata all'economia circolare, allo spreco alimentare e alla raccolta differenziata, capace di integrare strumenti, linguaggi e iniziative rivolti a cittadini, imprese, istituzioni e scuole;

· Premio Comunicazione dei Corpi Intermedi e della Rappresentanza Datoriale a Confcommercio, ritirato da Sergio De Luca, Direttore Centrale Comunicazione e Immagine di Confcommercio, in occasione dell'80° anniversario della Confederazione, per aver valorizzato il ruolo delle imprese, dei territori e delle comunità nello sviluppo del Paese;

· Premio per la Comunicazione Pubblica – Società in house a Sviluppo Lavoro Italia, ritirato dalla Presidente Paola Nicastro, per la campagna "C'è posto per te", iniziativa

capace di portare i servizi per il lavoro direttamente nei territori e di rendere più accessibili orientamento, formazione e opportunità occupazionali;

· Premio Rendicontazione, Trasparenza e ESG a DEKRA Italia, ritirato dal Presidente Toni Purcaro, per la capacità di promuovere una cultura fondata su standard verificabili, responsabilità, governance e qualità dei processi, contribuendo alla diffusione dei principi di sostenibilità e accountability;

· Premio per la Comunicazione Pubblica – Enti Territoriali ad ANCI Lazio, ritirato dal Presidente Daniele Sinibaldi, Sindaco di Rieti, per il "Training Camp ANCI Lazio", laboratorio di innovazione, formazione e confronto istituzionale al servizio degli amministratori locali e dello sviluppo dei territori;

· Premio Fondazioni – Settore Finanziario e Bancario a Fondo pensione Fon.Te., ritirato dal Presidente Maurizio Grifoni, per il progetto "Fon.Te. Kids", dedicato all'educazione previdenziale e finanziaria delle nuove generazioni e alla diffusione di una maggiore consapevolezza economica;

· Premio Comunicazione Eventi Annuali ad ABI e ABI Servizi, ritirato da Gianluca Tiani, Direttore Generale di ABI Servizi e Responsabile di Divisione Strategia, Innovazione e Internazionale di ABI, e da Maria Teresa Ruzzi, Responsabile ABI Media di ABI Servizi, per il Salone dei Pagamenti, appuntamento di riferimento dedicato all'innovazione, alla tecnologia e all'evoluzione del mondo dei pagamenti;

· Premio Comunicazione Pubblica – Formazione Continua a FonARCom, Fondo Paritetico Interprofessionale Nazionale, ritirato dal Presidente Andrea Cafà, per l'impegno nella promozione della cultura della formazione continua attraverso un'attività informativa e divulgativa costante, rivolta a imprese, lavoratori e professionisti;

· Premio Innovazione e Strategia nei Grandi Eventi a WePlan,

ritirato dai co-fondatori Roberto Daneo e Giorgio Re, per la competenza tecnica espressa nella pianificazione dei principali mega-eventi internazionali e per la capacità di promuovere una visione strategica fondata su legacy, sviluppo territoriale e reputazione.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Roma, alla Camera le premiazioni del Grand Prix della Comunicazione Istituzionale 2026 appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/roma-alla-camera-le-premiazioni-del-grand-prix-della-comunicazione-istituzionale-2026/587469/

---

# Consumi: Altroconsumo e Satispay in parlamento contro la discriminazione dell'Iban

(Adnkronos) – Altroconsumo, la più grande organizzazione indipendente di consumatori in Italia, ha presentato oggi i risultati dell'iniziativa lanciata a febbraio per sostenere un'azione coordinata contro la discriminazione dell'Iban nel corso di un incontro promosso con Satispay nella Sala Stampa della Camera dei deputati. La discriminazione dell'Iban è una pratica illegale diffusa in tutta Europa che si verifica quando aziende, enti o piattaforme rifiutano un pagamento solo perché l'Iban, anche se valido nell'area Sepa (single euro payments area) non è 'nazionale'. Può colpire chi lavora all'estero ma mantiene un conto in un altro Paese europeo, chi

sceglie una banca con sede in un diverso Stato membro, o chi semplicemente decide di utilizzare un conto aperto fuori dall'Italia per domiciliare bollette o rate. Questa pratica limita la libertà del consumatore di poter scegliere la propria banca, crea costi aggiuntivi (può obbligare a mantenere o ad aprire un secondo conto corrente) e ostacola l'accesso a servizi essenziali, come energia, telefonia, pensioni o pagamenti fiscali.

La Sepa è l'area europea in cui bonifici, pagamenti e addebiti diretti in euro devono avvenire alle stesse condizioni in tutti i Paesi aderenti. L'obiettivo è avere un vero mercato unico dei pagamenti, nel quale un cittadino possa utilizzare un unico conto per operare in tutta l'area senza dover aprire conti nazionali in ciascun Paese. L'articolo 9 del Regolamento 260/2012 è uno dei pilastri di questo sistema e stabilisce che chi accetta bonifici o riceve fondi tramite addebito diretto o altri pagamenti non può discriminare un conto in base al Paese in cui è situato. Ad esempio, un Iban francese, tedesco o svedese deve essere trattato come un Iban italiano, se il pagamento avviene in euro e il conto è raggiungibile. E un Iban francese, tedesco o svedese deve avere lo stesso valore di uno italiano, sia per ricevere un bonifico, che per domiciliare bollette, stipendi o pensioni.

Altroconsumo ha lanciato a febbraio una petizione ed una raccolta di segnalazioni per sostenere un'azione coordinata contro la discriminazione dell'Iban con l'obiettivo di rafforzare il peso dei disservizi raccontati presso le Autorità competenti e chiedere che le regole europee vengano rispettate davvero a tutela di cittadini, lavoratori e imprese. Le segnalazioni raccolte in questi mesi sono state trasmesse a Banca d'Italia e all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. L'iniziativa proseguirà anche nei prossimi mesi. Per aderire, occorre visitare il sito di Altroconsumo, accedere alla sezione Azioni collettive e cliccare su Stop alla discriminazione Iban.

I risultati dell'iniziativa sono stati presentati e discussi nel corso dell'incontro 'Stop alla discriminazione dell'Iban: un diritto europeo da far rispettare' promosso da Altroconsumo e Satispay per accrescere la sensibilità su questo tema. Sono intervenuti l'Onorevole Giulio Centemero, membro della VI Commissione Finanze della Camera dei deputati, Francesca Squillante, responsabile della Direzione Credito, Assicurazioni, Poste, Servizi, Turismo e Sport dell'Antitrust, Francesca Provini, titolare della Divisione Strumenti e servizi di pagamento al dettaglio di Banca d'Italia, Alberto Dalmasso, founder e ceo di Satispay e Federico Cavallo (responsabile relazioni esterne di Altroconsumo).

Sono state circa 1.200 le persone che hanno firmato la petizione e oltre 100 le segnalazioni di Iban discrimination effettuate tramite la piattaforma di Altroconsumo. Analizzando le segnalazioni raccolte, si osservano criticità nei pagamenti sia in uscita che in entrata. Con aziende private, banche, università ed enti pubblici. Nella maggior parte dei casi riguarda le domiciliazioni bancarie (per bollette relative a servizi di telefonia, energia, pedaggi, streaming, assicurazioni), l'accredito della pensione e dello stipendio ed i bonifici e i pagamenti delle tasse con F24. Ma ci sono anche quelle inerenti alla mancata concessione di un finanziamento rateale. Per quanto riguarda la provenienza degli Iban discriminati, il numero più alto riguarda il Lussemburgo, seguito da Lituania e da quelli italiani associati ad operatori esteri.

Tra i fattori alla base di molte delle difficoltà segnalate vi sarebbe l'utilizzo da parte delle aziende del servizio SEDA, uno standard opzionale italiano per la gestione delle domiciliazioni bancarie. Questo sistema può semplificare i processi per le aziende, ma rischia di diventare un ostacolo per l'utilizzo di Iban emessi da operatori di altri Paesi europei. E come si comportano gli utenti che hanno difficoltà nei pagamenti in uscita o negli accrediti in entrata? Aprono

un secondo conto corrente, mantengono conti esteri o italiani che avrebbero voluto chiudere, pagano tramite bollettino (talvolta con maggiorazioni di costo per la presenza di commissioni non presenti con l'addebito diretto in conto), fanno ricorso a bonifici manuali al posto della domiciliazione, cambiano il fornitore o, addirittura, rinunciano al servizio.

Federico Cavallo, responsabile relazioni esterne Altroconsumo: "La varietà e la ricorrenza dei casi di Iban discrimination segnalati evidenziano che non si tratta di episodi isolati, ma di una criticità sistemica che rischia di limitare la concorrenza nel mercato dei pagamenti. La libertà di scegliere il proprio conto è un diritto garantito dalle norme europee, ma ancora oggi viene ostacolato da procedure obsolete e da sistemi informatici che non dialogano con il mercato unico dei pagamenti. Oggi ne abbiamo parlato con diversi attori coinvolti, convinti che trasparenza e informazione siano fondamentali per superare le barriere al mercato unico dei pagamenti e abbiamo chiesto alle istituzioni competenti di rafforzare ulteriormente i propri sforzi per colmare il divario tra la tutela prevista sulla carta, e quella effettivamente garantita. Attraverso interventi rapidi e sanzioni effettivamente dissuasive".

"La stessa Satispay – spiega Alberto Dalmasso, founder e ceo Satispay – è nata da un'intuizione legata a Sepa. Dobbiamo molte delle operazioni che oggi consideriamo scontate e che ci semplificano la vita, all'esistenza di un'area unica dei pagamenti. L'Erasmus ha permesso a due generazioni di sentirsi a casa ovunque nel continente, eppure l'Iban discrimination viola tre delle quattro libertà fondamentali dei trattati comunitari, tra cui quella di muoversi e stabilirsi liberamente in Europa. In un Paese e in un mercato che necessitano di educazione al risparmio, alla previdenza e all'investimento, dobbiamo offrire alle imprese e ai cittadini gli strumenti per la libera circolazione delle persone e del

proprio denaro, e non possiamo accettare che sia un prefisso nazionale a bloccare un semplice bonifico. E’ un tema trasversale all’intera industry dei pagamenti. Lavoriamo insieme perché il prossimo anno non serva più organizzare un’altra campagna come questa”.

–

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

The post Consumi: Altroconsumo e Satispay in parlamento contro la discriminazione dell’Iban appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/consumi-altroconsumo-e-satispay-in-parlamento-contro-la-discriminazione-delliban/587471/