

illustrato UGAF

GIUGNO 2023



DA POMIGLIANO A PANTELLERIA
L'AMORE È PANDA

IL MODO MIGLIORE PER GODERSI IL WEEKEND È ATTACCARE LA SPINA.

NUOVA 500. 100% ELETTRICA.



 **PRODOTTA A TORINO**

FIAT

Consumo di energia elettrica gamma La Nuova 500 (kWh/100km): 14,9-14; emissioni CO₂ (g/km): 0. Autonomia veicolo 190 Km. Valori omologati in base al ciclo misto WLTP. I valori sono aggiornati al 31/03/2023 e indicati a fini comparativi. I valori effettivi di consumo di energia elettrica possono essere diversi e possono variare a seconda delle condizioni di utilizzo e di vari fattori.

illustratoUGAF

GIUGNO 2023

n. 2 - 2023

Registro Stampa Tribunale di Torino
n° 21 del 13/6/2022

Editrice

Satiz Technical Publishing & Multimedia S.r.l.

Direttore responsabile

Claudio D'Amico

Vicedirettore

Stefania Castano

Caporedattore

Paola Ravizza

Redattori

Nicola Grande - Elena Gregoriani - Carola Popaiz
Francesca Rech

Art direction e impaginazione

Barbara Pasquero

Realizzazione

Satiz Technical Publishing & Multimedia
Corso Tazzoli 215/12B - 10137 Torino
tel. (011) 00.50.980
illustrato@satiztpm.it

Stampa

Mediagraf S.p.A.
Viale della Navigazione Interna, 89
35027 Noventa Padovana (PD)

Il giornale è stato chiuso in tipografia
l'8 maggio 2023

CAMBI DI INDIRIZZO

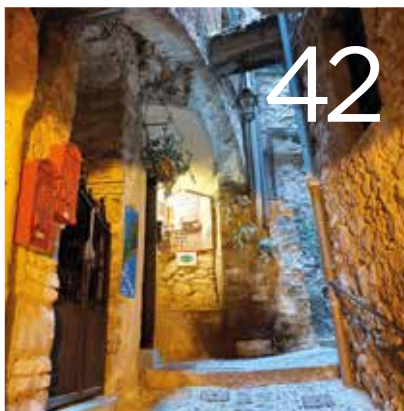
Ricordiamo che la Redazione di *illustrato*
non può fare l'aggiornamento. Ecco cosa fare:

Iscritti UGAF in quiescenza:

contattare l'Associazione, Via Olivero 40 Torino,
tel. 011- 0068665 (attivo nei giorni di segreteria)
e-mail: infotessereugaf@stellantis.com.
oppure il gruppo di appartenenza.
Sito: www.ugaf.it

La segreteria è aperta al pubblico il martedì, il mercoledì
e il giovedì 9.30-12.30 e 14.30-17.30.

I dati degli abbonati e quelli inviati dai lettori nella corrispondenza con la rivista *illustrato* UGAF sono raccolti, elaborati, utilizzati e comunicati a fornitori di servizi informatici o di mailing o contabilità di tesoreria ai soli fini dell'esecuzione del contratto o delle richieste dei lettori e dei relativi adempimenti di Legge. I dati sono conservati presso la sede di Satiz TPM S.r.l. - Corso Tazzoli 215/12B, 10137 Torino. Tutte le operazioni del trattamento sono, comunque, attuate con l'adozione di ogni misura atta a tutelare la riservatezza e la correttezza dei dati. Ogni abbonato, può chiedere informazioni circa il trattamento dei suoi dati ed esercitare i diritti previsti dall'Art. 13 della Legge 196/2003 e successive modifiche e integrazioni.



SOMMARIO

Offerte auto	2
Editoriale	3
Vantaggi e doveri degli Enti del Terzo Settore	4
L'artigiano del futuro	8
Le uova di Pasqua fanno bene	11
Tre Gruppi UGAF compiono 50 anni	12
Cartoline dal passato	16
L'arte di evitare le truffe	20
Vita associativa	23
Associazioni: Cedas, GDF	26
Noi che a Panda "diamo del Tu"	28
Opel sfida il futuro: intervista a Federico Scopelliti	32
Quando la fantascienza diventa realtà	36
Val Nervia, l'entroterra che scalda il cuore	42
Motori&Cucina, binomio stellato	48
Jean-Éric Vergne, professione pilota	52
Quaranta candeline per Fiat Uno	56
Alfa Romeo 4C, supercar in miniatura	58
Iveco Group	60
CNH Industrial	62
Lettere	64

OFFERTE AUTO

**DA ORA LE VETTURE DI STELLANTIS SI ACQUISTANO ONLINE.
ECCO COME FARE:**

Per i Soci UGAF in quiescenza, il volantino con gli sconti è caricato ogni mese sul sito internet dell'Associazione (www.ugaf.it) nella sezione VENDITA AUTO PER SOCI UGAF.

Cliccando sui loghi dei vari marchi Stellantis si entra direttamente nel sito di e-commerce di quello selezionato.

Una volta scelto il modello che si vorrebbe acquistare, si affina la ricerca: si può scegliere la tipologia di carrozzeria, il colore, il motore, il tipo di cambio e così via.

Al fondo di ogni pagina web del sito di e-commerce sono presenti le risposte alle domande più frequenti.

Una volta completato il preventivo si inserisce il codice promozionale univoco e temporaneo di ciascun Marchio presente sul volantino (per esempio per Opel è B2EOPEL2022), per vedere il prezzo finale.

Per qualsiasi informazione è possibile fissare un appuntamento - in presenza o in videochiamata - nella sede Stellantis &You più vicina:

Richiedi subito una videochiamata con il tuo consulente di vendita e vieni a trovarci in showroom.

- **Torino: Susanna Monetti - 335 7892269**
- **Milano/Arese: Mariapia Taravella - 335 7801534**
- **Bologna/Modena: - Mattia Tagliabue - 338 5719238**
- **Atessa: Francesco Lanciotti - 335 6430358**
- **Cassino: Giovanni Angione - 335 7801785**
- **Pomigliano: Guido Rizzoli - 335 1915551**
- **Melfi: Vincenzo Nardiello - 335 8270664**
- **Melfi (Bari/Lecce): Rosaria Verdoliva - 335 8313694**



Con pochi semplici passaggi è possibile vedere il volantino delle offerte anche sul proprio cellulare:

- clicca sul simbolino della macchina fotografica
- Inquadra il QR Code che vedi qui accanto come se dovessi scattare una foto
- Comparirà la scritta “ugaf.it”: cliccaci sopra
- Inserisci il tuo codice fiscale per accedere alle offerte a te riservate



UGAF IL LATO SOCIALE DI STELLANTIS



Cari Soci,

quando ho assunto l'incarico di presiedere UGAF mi è stato subito chiaro che per l'Associazione era arrivato il momento di aggiornarsi. Stare accanto a Stellantis, infatti, richiedeva un'evoluzione.

La direzione da intraprendere era già suggerita dalla natura stessa di UGAF e dalle indicazioni chiaramente espresse nel suo Statuto, votato alla solidarietà verso gli altri. La riflessione fatta ormai più di un anno fa riguardava, perciò, il posizionamento dell'Associazione accanto a Stellantis ed era più che evidente che noi fossimo il prolungamento naturale nel sociale della nostra Azienda.

A quel punto, però, ci voleva anche un inquadramento legale più conforme a questa situazione. Il regolamento del Terzo Settore, che raggruppa realtà votate al benessere collettivo o che fanno azione di mutua assistenza attraverso il volontariato senza alcun guadagno, era quello adatto a noi.

Ed eccoci qui, un anno dopo. Quell'ETS che i Presidenti dei Gruppi devono apporre sulla documentazione ufficiale è molto più di una sigla, perché in questo modo la Legge riconosce i nostri intenti, il motivo del nostro essere associati e delle nostre attività, ed è anche un formidabile strumento per entrare in contatto con la Pubblica Amministrazione e con tutte le opportunità che ne conseguono. Quest'ultimo aspetto ci permette di continuare a svolgere il nostro "lavoro" nell'offrire non solo servizi tagliati sulle esigenze degli iscritti, ma anche di consentire ai Soci di perpetrare il circolo virtuoso del mutuo aiuto. Insomma, sotto quella sigla ci siamo noi tutti, in primo luogo le nostre azioni di volontariato a favore dei più fragili, e poi verso l'Azienda e il territorio in cui viviamo. Valeva la pena cambiare!

A presto!
Priscilla Talacchi

ETS, I VANTAGGI DELL'ASSOCIAZIONISMO

Dal 2022 UGAF fa parte degli Enti del Terzo Settore. Con la Presidente Priscilla Talacchi capiamo che cosa significa, quali i vantaggi e i doveri

di Stefania Castano

Sesso si sente parlare, erroneamente, di Enti del Terzo Settore (ETS) e di associazioni non profit come fossero la stessa cosa: un complesso di realtà private che agiscono senza redistribuire gli utili e, in molti casi, intervengono in ambiti simili, come assistenza sociale, cultura, sanità, cooperazione internazionale. Occorre quindi fare un po' di chiarezza.

Nonostante le possibili affinità, il **Terzo Settore** ha un **perimetro definito** e chi ne fa parte è sottoposto **a regole ben precise e all'insegna della trasparenza**: per esempio, le amministrazioni pubbliche, i sindacati, i partiti, le associazioni professionali sono non profit, ma non vi possono accedere. Infatti, non solo "chi fa" ma anche "cosa si fa", "come si fa" e "perché" sono elementi centrali per poter essere inclusi in questa grande famiglia.

In particolare, per rientrare tra gli ETS occorre, innanzitutto, esercitare in via esclusiva o principale una o più attività di interesse generale per il perseguimento, senza scopo di lucro, di **finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale**, come quelle che vengono espresse nello Statuto UGAF, in forma di azione volontaria o di erogazione gratuita di denaro, **beni o servizi**, o ancora di mutualità o di produzione o scambio di beni o **servizi**. Ciò non significa non avere avanzi di esercizio, ma più semplicemente reinvestirli per finanziare le proprie



attività, senza redistribuirli tra i membri delle proprie organizzazioni o ai propri dipendenti.

La qualifica di ETS è facoltativa, ma è un requisito fondamentale per accedere al nuovo sistema del Terzo Settore che consente di cogliere una serie di opportunità come quella di venire in contatto con la Pubblica Amministrazione per perseguire i propri propositi, nel rispetto delle regole in materia di controllo e di funzionamento.

Abbiamo chiesto alla Presidente dell'UGAF, Priscilla Talacchi, perché l'Associazione ha scelto di diventare ETS e quali sono i vantaggi.

«Da tempo l'UGAF aspettava l'entrata in vigore della riforma delle procedure di ingresso e l'attivazione del Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (Runts) per procedere all'iscrizio-



SHUTTERSTOCK



SHUTTERSTOCK



SHUTTERSTOCK

ne. Molto semplicemente essere ETS dà l'opportunità all'Associazione di essere riconosciuta pubblicamente e di avere personalità giuridica a tutela sia del patrimonio delle persone fisiche aventi cariche sociali, sia delle persone fisiche che operano in nome e per conto dell'Associazione. D'altro canto l'UGAF, iscrivendosi al Pubblico Registro, deve sottostare ad una serie di controlli che la tutelano da cattive gestioni e le consentono di cogliere nuove occasioni di contatto con la Pubblica Amministrazione».

La riforma del Terzo settore chiede agli enti maggiori responsabilità e più trasparenza. Che cosa ha dovuto e dovrà fare l'UGAF?

«Abbiamo dovuto adattare la nostra Governance e il nostro Statuto e questo è stato utile anche per un migliore funzionamento. Inoltre, è stato necessario rivedere l'organizzazione del

I numeri del non profit in Italia

Il settore del non profit è un motore importante dell'economia del Paese. Questa è la "fotografia" secondo l'ultimo aggiornamento del **Censimento permanente dell'Istat**, che risale al **31 dicembre del 2020**: **le organizzazioni non profit che operano in Italia sono 363.499** (contro le 301mila circa del 2011), impiegano **870.183 dipendenti** (contro i 680.811 del 2011), e **sono perlopiù associazioni di promozione sociale**.

La diffusione è capillare in tutto il Paese ma **a farla da padrone è il Nord Italia** (circa 182mila enti), dove si concentra anche **la maggior parte dei lavoratori** (quasi 500mila persone). Seguono il Centro (oltre 80mila enti e 198mila addetti retribuiti), il Sud (oltre 66mila organizzazioni e 107mila lavoratori) e le Isole (34mila unità e quasi 66mila persone impiegate). I numeri sono comunque **in aumento nel Mezzogiorno** (+1,7% al Sud e +0,6% nelle Isole), **stabili**, invece, al **Centro e nel Nord-Ovest**.

Il non profit in Italia interviene soprattutto in ambito sportivo (quasi una realtà su tre). Seguono poi le istituzioni che si occupano di attività culturali e artistiche (15,9%), ricreative e di socializzazione (14,3%), dell'assistenza sociale e protezione civile (9,9%).

I settori che creano più posti di lavoro sono l'assistenza sociale e la protezione civile, una rete che conta più di 35mila enti e oltre **421mila** persone retribuite.

STUDIO MEDICO DENTISTICO
DOTT.RI GAVOTTI



Dott. Carlo Augusto Gavotti

Medico Chirurgo specializzato in Odontostomatologia

Dott. Alberto Emilio Gavotti

Dottore in Odontoiatria e Protesi dentaria

Dottore in Giurisprudenza

Attività peritale

Condizioni agevolate per iscritti *UGAF* e familiari.

Orario: Lun - Ven 8.30 - 19.00 / Sab 8.30 - 12.30

TORINO - Corso Giulio Cesare, 186 - Tel/Fax 011.2465639
(Zona ospedale San Giovanni Bosco)

TORINO - Corso Fiume, 5 - Tel. 011.6604660

VALPERGA (TO) - Via Peradotto, 12 - Tel. 0124.658685

AVIGLIANA (TO) - Via S. Agostino, 5

Per maggiori informazioni: www.studiogavotti.it



nostro Bilancio, il cui schema è fisso ed imposto per legge dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, sempre in funzione di maggior trasparenza e accesso ad eventuali controlli: un altro strumento di garanzia. In aggiunta abbiamo anche un Bilancio sociale, che permette di registrare l'impatto sociale dell'ente e delle sue attività. Infine le realtà iscritte al Runts devono utilizzare l'indicazione di "Ente del Terzo Settore" o l'acronimo "ETS" nella denominazione sociale nonché negli atti, nella corrispondenza e in tutte le comunicazioni al pubblico».

Che obblighi hanno i Presidenti dei Gruppi?

«Devono organizzarsi come gli organi centrali, commisuratamente al Gruppo che rappresentano, semplificando la loro Governance, organizzando i propri Bilanci con trasparenza e dedicando particolare dedizione al volontariato coinvolgendo Soci e territorio».

A proposito di volontariato, il suo ruolo è un elemento caratterizzante di tutto il sistema. Un intero capitolo del codice del Terzo Settore è dedicato proprio alla sua promozione. Che cosa fa l'Associazione in proposito?

«L'UGAF ha accolto molto positivamente

quanto introdotto dalla normativa a tutela dei volontari, nello specifico un registro vidimato e l'assicurazione obbligatoria. D'altronde abbiamo sempre dedicato gran parte della nostra attività al volontariato per cui non è difficile continuare nel percorso di questa vocazione, certo è che dovremo darne più visibilità e molta più voce. E in questo illustrato UGAF e il Bilancio sociale svolgeranno un ruolo determinante».

Novità anche per una delle più classiche forme di donazione per il non profit: il 5 per mille. UGAF potrà accedervi?

«Sì, UGAF potrebbe accedere al 5 per mille, ma non intende farlo al momento. È troppo presto. Un passo alla volta». ■

CENTRO RACCOLTA CAF

Dichiarazione Unico
IMU - ISEE
Denunce Successioni
Gestione Colf-Badanti

730

730 - IMU - ISEE - ISEU - DETRAZIONI - F24 - UNICO

AL TUO SERVIZIO qualunque sia la tua professione

Il Centro Raccolta CAF ti assiste nella compilazione e nella presentazione di tutte le dichiarazioni fiscali: 730, IMU, ISEE, ISEU, RED, DETRAZIONI, F24, UNICO, DENUNCE, SUCCESSIONI, GESTIONE COLF-BADANTI.

- Tramite lo sportello raccolta 730, i soci e i loro familiari possono accedere al servizio di assistenza fiscale (CAF) e presentare la dichiarazione dei redditi mod. 730 e/o Unico persone fisiche.
- A disposizione dei soci e dei loro familiari è disponibile a tariffe convenzionate il servizio di consulenza.

CON INFORMAZIONI PUNTUALI

Il centro periferico del CAF è in grado di fornirti, con la massima tempestività e competenza, indicazioni chiare sulle problematiche fiscali, per adempiere in maniera consapevole ed informata agli obblighi di legge.

ED UNA GARANZIA TOTALE

Una copertura assicurativa completa, senza alcuna franchigia, ti tutela da ogni rischio relativo all'espletamento delle pratiche fiscali in ogni loro fase di lavorazione

PROSEGUE PER I SOCI UGAF LA RACCOLTA 730, QUESTO CENTRO È A TUA COMPLETA DISPOSIZIONE

Prenota il servizio 730 all'indirizzo email atc@scsk.it oppure contattando le sedi di competenza ai seguenti numeri:

Torino

Largo Cibrario 10 L
Tel. 011.4731777
3927.838383
392.8009100

Chivasso (To)

Viale Vittorio Veneto, 31
Tel. 347.2846108
338.7708612
011.0749221

Milano

c/o Uff. Varese
Tel 0332.850092

Susa (To)

Corso Stati Uniti, 72
Tel. 0122.649950

Pianezza (To)

Via Rosselli, 2
Tel. 011.9676767
391.1484400

Asti

C/o Uff. Torino
Tel. 011.4731777

Varese Arcisate

Via Riazzo 4
Tel. 0332.850092

Savona - SV

Via Robatto 3/1
Tel. 019.8892962



L'ARTIGIANO DEL FUTURO

di Carola Popalz

Mario Buffo ha 84 anni. Socio di Capogruppo Interaziendale, crea bellissimi oggetti in qualsiasi materiale, anche se predilige il legno. E ci lascia senza parole



Il futuro è artigiano. Lo profetizzava lo scrittore americano Philip Kindred Dick nelle sue opere visionarie, dove spesso il protagonista era abilissimo nel costruire o riparare le cose. Lo ammettiamo, non possiamo sapere tutto. Ma scoprire quello che fa Mario Buffo, Socio di Capogruppo Interaziendale, ci fa sentire totalmente inadeguati. Perché a 84 anni utilizza PC e stampante laser come fossero strumenti assolutamente ordinari. È, come usa dire adesso, un "digital maker", un **artigiano digitale**. «Sono nato così, non so come spiegarvelo: da sempre so "fare cose"». E queste "cose" sono oggetti bellissimi. Soprattutto orologi, che Buffo costruisce in ogni foggia immaginabile: quelli a forma di fiore sono i meno originali. Per dire. E poi ci sono altri capolavori: salini, portagioie, automobiline...

Cerchiamo di stargli dietro ma, non essendo esperti, di tanto in tanto siamo costretti a farci ripetere alcuni concetti. «Dunque - spiega - . Mi viene voglia di realizzare qualcosa. Diciamo proprio un orologio. Vado su Internet, cerco il disegno che più mi piace preferibilmente in

bianco e nero, lo carico su un'applicazione e questa lo trasmette alla stampante laser. Ne esce una **sagoma che riproduce fedelmente l'originale**, ma che poi va rifinita in tutti i dettagli. Amo utilizzare il **legno**, quello dei nostri larici, facile da lavorare e che rende bene, ma ho pratica anche di altri materiali: **ceramica, vetro, ferro**. Siccome non sono un professionista, la mia attrezzatura è di livello medio e per fabbricare qualcosa, devo ricreare tanti pezzi che poi assemblo, perché la stampante mi permette di incidere fino a una grandezza di 15 cm. Devo stare molto attento

alle impostazioni della macchina che se non sono precise, rischiano di rovinare il materiale. Sono pignolo, lo so, ma se il lavoro non viene esattamente come lo immagino, preferisco abbandonarlo».

L'ispirazione per il bricolage al signor Buffo è venuta cinque o sei anni fa.

Mario Buffo nel suo laboratorio realizza soprattutto orologi di legno





«Una sera - racconta - guardando una stella di Natale, mi sono detto: "potrei costruirla in legno". Ci ho dormito su e la mattina dopo me la sono fatta. Così ho dato il via a una serie di varianti e personalizzazioni, grandi, piccole, medie di questo fiore che poi "guarnivo" con il meccanismo di un orologio. Visti i risultati, mi sono spinto oltre, creando altre forme. Sono anche riuscito a realizzare orologi con l'aspetto di quelli da polso ma da mettere sulla scrivania. Si chiudono anche, perché ogni tessera che compone il bracciale è fissata all'altra con piccole viti».

Capita che al signor Buffo gli amici commissionino qualche lavoro. «Il problema è che se l'idea non mi piace, non lo faccio - ammette -. Una volta mi hanno chiesto di produrre una cicogna per festeggiare la nascita di un bambino. Ho risposto di no. Non mi entusiasmava per nulla». Quando il signor Buffo è al lavoro si affida a un "supervisore", una consulente che considera fondamentale per la riuscita di ogni progetto. «È mia moglie - confida orgoglioso -. Lei ha un **gusto straordinario**. Ha una visione di insieme: suggerisce abbellimenti, migliorie, modifiche che alla fine risultano efficaci».

Questa che vi abbiamo raccontato, come scrivevamo, è la prima parte. C'è poi tutta quella di rifinitura, nella quale vien fuori l'**abilità manuale**. «Sì, non è sufficiente cercare il progetto su Internet, scaricarlo e stamparlo - conferma il signor Mario -. Il vero lavoro inizia dopo. Una volta che il legno è stato impresso, devo lavorarlo con il traforatore, trattarlo con una specie di phon che con il calore gli conferisce striature nere dando una caratterizzazione al disegno. Poi devo mettere insieme i pezzi. Per un orologio ce ne sono almeno ventisette. Non è questione di un paio d'ore, ce ne vogliono ben di più. Senza considerare i tempi morti necessari per far agire la colla. Ma vi assicuro che quando la "creatura" è pronta, la soddisfazione è immensa».

Più parliamo con Mario Buffo, più ci facciamo l'idea che da giovane fosse un bel "peperino". E infatti... «Non riuscivo a stare fermo e non mi piaceva studiare. Ai libri preferivo il ferro, lo stagno. A 12 anni sapevo già saldare. Avendo poi a disposizione l'officina di mio cognato, mi sembrava di essere nel paese dei balocchi! Ero così "disbela" ("birbante" in piemontese) che addirittura gli rubavo l'auto e mi facevo i giri. A malapena arrivavo al freno, figuratevi se riuscivo a tenere d'occhio la strada». Buffo fa mille lavori, ma a un certo punto mette la testa a posto. «Sono **entrato a Mirafiori come saldatore** in linea, poi mi hanno trasferito all'Iveco dove ero addetto alle macchine operatrici». Ma il suo animo ribelle salta di nuovo fuori. «Così, mi sono licenziato e sono andato a lavorare come imprenditore in provincia di Cuneo... Non è stato entusiasmante. Troppo lontano da casa. Per farla breve, rientro in Fiat a fare il saldatore». Tagliamo un po' perché le avventure di Buffo sono centinaia. In Azienda fa carriera: da fattorino a capo magazziniere, impiegato e **funzionario alla VentanaCargo**. Poi, passa in Fiat Auto alla direzione logistica mezzi di raccolta. Ma, a un certo punto **incontra l'amore della sua vita: Carla**, la ragazza più bella del circondario. Con gli amici fa una scommessa: «Volete vedere che riesco a parlarle e a strapparle un appuntamento? La posta in palio è una fresca Coca Cola». Beh, ci è riuscito e **55 anni dopo sono ancora lì**, insieme, a godersi i brillanti risultati scolastici dei nipoti, a progettare meravigliosi lavori con stampanti laser e a godersi la vita in due. ■

LE UOVA DI PASQUA FANNO BENE

La sede territoriale di Vinovo accanto ad AIL Torino per raccogliere fondi a favore della ricerca contro i tumori del sangue e a sostegno degli ammalati

di Paola Ravizza

Che buone le uova di Pasqua! Da bambini l'arrivo della Festa religiosa, diciamo così con tutta franchezza, aveva un solo ed unico significato, anzi, sapore: il cioccolato. Oggi che bambini più non siamo, abbiamo la possibilità di dare ulteriore significato a una ricorrenza religiosa importante per tutti i credenti, affidando al suo simbolo, l'uovo di Pasqua appunto, anche un profondo valore solidale. Lo ha ben dimostrato il gruppo Torino Sud, presieduto da Piergiacomo Peiretti con Dino

Passatore Segretario, che **ha venduto per conto dell'AIL Torino**, l'Associazione italiana contro le leucemie, i linfomi e il mieloma, **200 uova pasquali ricavando oltre duemila euro**. Come sempre, UGAF e il suo giornale sono al fianco di chi agisce spinto da ideali di solidarietà e perciò ci piaceva dare risalto a questa iniziativa, in attesa di notizie analoghe da altri gruppi in Italia.

AIL Torino è una delle 83 sezioni dell'AIL ed è nata nel 1990 per sostenere in particolare i pazienti ematologici e le loro famiglie. I volontari sono il suo cuore pulsante, attivi in tutti i progetti che raccolgono fondi per la ricerca scientifica e per gli aiuti agli ammalati. Il sostegno economico quest'anno, per esempio, si è concretizzato in 280 mila euro per borse di studio destina-

te a giovani medici. È **servito anche per gestire Casa AIL**.

Qui sono ospitati gratuitamente i pazienti (e un loro accompagnatore) che hanno bisogno di un lungo periodo di cure nell'ospedale di riferimento dopo il trapianto. I finanziamenti servono anche per iniziative come **"Voglio stare a casa... vieni tu"** che garantisce supporto psicologico ai bambini malati e alla loro famiglia.

Tutto questo non sarebbe possibile se non fosse sostenuto dalla grande generosità delle persone che aiutano l'associazione, anche attraverso il prezioso **5x1000**, che si può versare sul Conto corrente intestato a: Associazione Piemontese contro le Leucemie Onlus. L'Iban è IT36 S030 6909 6061 0000 0116225. ■



SHUTTERSTOCK

NOI CI SIAMO

di Paola Ravizza

Quest'anno tre gruppi UGAF compiono 50 anni dalla loro fondazione: Enti Centrali, Polo Stampaggio Mirafiori Presse e Rivalta. Ne abbiamo parlato con i loro presidenti, Marinella Zenoglio, Maurizio Manzin e Lorenzo Sartori

50 anni sono tanti, o anche pochi, dipende da come li si guarda. Per un gruppo associativo sono tanti perché

per tenerlo insieme ci sono voluti molti elementi combinati insieme: ideali, voglia di compagnia, capacità di ideare attività di interesse comune.

Tre gruppi UGAF quest'anno compiono il mezzo secolo: Enti Centrali, Polo Stampaggio Mirafiori Presse e Rivalta. Tre compagnie unite per volontà dei propri iscritti, accomunati dall'affetto per l'Azienda per cui hanno lavorato e l'amicizia con i vecchi colleghi. Siamo allora andati a scoprire che cosa hanno fatto per festeggiare l'anniversario.

Enti Centrali è uno dei gruppi più folti dell'Associazione, con **5000 iscritti**, la maggior parte fra i 70 e gli 80 anni. Le cinquanta candeline sono state spente durante il pranzo sociale, organizzato a Pianfei, nel cuneese, da un'ampia rappresentanza di iscritti. Come regali una penna e una brochure che racconta il gruppo. Una festa nella festa, durante uno dei tanti appuntamenti organizzati dalla nuova gestione del gruppo. Da giugno dell'anno scorso, infatti, a presiederli c'è Marinella Zenoglio,

iscritta all'UGAF dal 1993 e diventata Consigliera quando è andata in pensione nel 2003 e da allora sempre attiva nella vita sociale.

La neo presidente racconta di essere molto coinvolta dal nuovo ruolo: organizzare attività che possano andare bene per Soci di età diverse, dagli anziani ai più "giovani" che si iscrivono quando magari sono ancora al lavoro, non è cosa semplice. Ma lei, aiutata dalla sua vice Anna Cammarota e dal Comitato Esecutivo, ha predisposto un **programma ampio e diversificato lungo tutto l'anno** che di certo soddisfa molte necessità. Proprio nei giorni in cui è distribuito questo numero, per esempio, alcuni Soci sono in viaggio nella Foresta nera, in Germania. Altri appuntamenti, come, a settembre, la gara di **bocce Lui & Lei** alla baraonda alla bocciofila di Borgaretto di Beinasco soddisfano chi è meno avventuroso e più incline all'attività fisica in compagnia. E ancora, per gli appassionati di **turismo**, in programma ci sono il viaggio tra il 27 settembre e il 1° ottobre nella Riviera di Ulisse compresa una gita all'isola di Ponza, e, dal 15 al 19 ottobre, una crociera che da Genova porterà i Soci a Mar-



Marinella Zenoglio, Maurizio Manzin e, in basso, Lorenzo Sartori. Nella pagina accanto in alto e al fondo i Soci del gruppo Enti Centrali in Scozia e a Mentone. In mezzo, Mirafiori Presse in gita e il portachiavi ricordo dei 50 anni del gruppo Rivalta



siglia e a Barcellona. Senza contare una serie di appuntamenti più stanziali e squisitamente associativi, come il pranzo a base di funghi, la festa per chi è sposato da 50, 60 e 65 anni, e la consegna dei panettoni con gli auguri di Natale, il clou per ogni gruppo UGAF. In mezzo a queste attività, tante altre che fanno meno “rumore” ma contrassegnano **la vera vita associativa** e fanno sentire la vicinanza dell'UGAF agli iscritti. Dalle piccolissime cose, come quella che riguarda tutti, ma nessuno conosce, di Gianni Montagnana che cura e aggiorna i tabulati e i dati sensibili dei Soci, o come il biglietto di auguri per il compleanno inviati con gran tempestività da Carla Margara, alle attività più pratiche come, appunto, la distribuzione dei





panettoni, che a sua volta consente di avvicinare quei Soci che normalmente non frequentano e di **intercettare le difficoltà economiche o semplicemente l'isolamento sociale**. «La consegna, alla fine - dice Zenoglio - per noi non è solo la festa di Natale. È lì che scopriamo chi ha bisogno di una mano, o anche solo di una telefonata che lo distraiga, perché a volte, basta anche solo quella per rendere più leggere le giornate. Questo compito lo abbiamo affidato sempre alla Socia Francesca Maina, dalla lunga esperienza in Caritas. Ha un modo tranquillo e confidenziale di trattare con le persone, un atteggiamento che l'ha messa in luce». Maina è anche la persona che si occupa della consegna dei **pacchi dono ai Soci novantenni**, un momento tanto delicato quanto prezioso per l'effetto benefico sulla vita di questi grandi anziani. Naturalmente, per ovvi motivi di sicurezza, spiega Zenoglio, la visita a domicilio è preparata con molta cura, attuando una serie di filtri e dando informazioni dettagliate su chi andrà a casa del Socio e quando. La socialità è sempre la carta vincente, per tutti i gruppi UGAF. E questo non fa eccezioni: non è un caso se i 76 nuovi iscritti raccolti da ottobre a oggi sono stati convinti per la disponibilità di alcuni servizi legati al benessere e al sostegno delle persone come l'assistenza sociale, la vicinanza in caso di bisogno, l'aiuto per la ricerca di badanti. «E noi - conclude Zenoglio - siamo **orgogliosi della nostra disponibilità**». Uno spirito positivo a cui è impossibile resistere.

PIÙ INCONTRI PER SCAMBIARSI IDEE

Condividere le idee, scambiarsi informazioni e suggerimenti per essere propositivi verso nuovi, possibili iscritti. Per Maurizio Manzin, presidente



del gruppo Polo Stampaggio Mirafiori Presse l'occasione di raccontare i 50 anni del suo Gruppo è servita anche per fare un appello alla Presidenza dell'Associazione perché crei più occasioni di incontro intergruppo fra Presidenti e Consiglieri. Sono necessari i ragionamenti di tutti per trovare un modo di portare nuova linfa all'Associazione, sostiene. L'invecchiamento dei Soci, del resto, è il problema che ogni gruppo UGAF si trova ad affrontare e dunque **le soluzioni vanno cercate insieme**, benché una, ampiamente utilizzata da chi vuole fare nuovi proseliti, salti all'occhio più di altre: l'offerta di convenzioni. Lo sanno bene due Consiglieri ancora in attività, Sergio Tarabra e Mauro Marini che, per trovare nuovi iscritti, impiegano l'argomento dei preziosi accordi come quelli assicurativi o sanitari adeguati all'età dei fruitori. E poi c'è la carta, altrettanto importante benché impalpabile quando si hanno ancora anni davanti a sé, del sostegno e del calore umano. «Andiamo fieri del fatto che anche durante il 2020, con il lockdown in corso, siamo riusciti a far arrivare i pacchi dono con generi alimentari ai Soci novantenni». Esserci, l'altra cifra dei Soci UGAF. Come hanno fatto gli iscritti di questo gruppo che per decenni sono andati alla casa di riposo Ville Roddolo a tenere compagnia agli ospiti portando un po' di svago e di musica. Finché la struttura ha fatto parte del Gruppo.

I 50 anni sono stati festeggiati con una gita a Mondovì e al suo borgo antico raggiunto in funicolare, e poi con un pranzo in zona durante il quale è stata omaggiata ai Soci una confezione regalo contenente una bottiglia di Dolcetto e una di Arneis marchiate con il logo del mezzo secolo disegnato apposta per l'appuntamento. Il compleanno è anche una scusa per parlare di quando il Gruppo negli anni '90 aveva 4000

iscritti mentre oggi ne ha soltanto 1500, ma è ancora animato da un nucleo tenace con grande voglia di partecipazione e che, nonostante l'età, ama iscriversi a gite che includono anche degustazioni dei prodotti del territorio. Un segno di vitalità nonostante gli anni, perché il bello della vita sono anche i momenti conviviali.

AI NOI PIACCONO BALLI E BOCCE

«Cara signora - dice Lorenzo Sartori, presidente del gruppo Rivalta -, noi siamo anziani. L'età media è oltre gli 80». Difficile allora chiedere di attività sociali o di viaggi che si estendano oltre i confini patri. Però, scava scava, viene fuori che a questi Soci, che sì, sono in là con gli anni, vanno a genio i balli e le gare di bocce. In fondo, una bella attività fisica. «Mentre è difficile convincerli a fare anche una gita, è più semplice radunare 30 - 50 persone per attività come queste». Insomma, casa dolce casa.

A scattare le fotografie dei gruppi UGAF è sempre una sorpresa, perché per un motivo o un altro, c'è sempre qualcosa che spiazza. E così accade anche per il gruppo Rivalta, oggi composto da 2300 iscritti che hanno ancora sede nello stabilimento.

A maggio, **hanno festeggiato i 50 anni "fra pochi"**, cioè qualche centinaio di persone al Giardino dei Tigli di Cussano. Il presidente ha scelto di regalare ai presenti un **portachiavi commemorativo**, per ricordare il compleanno e una storia del gruppo, a partire dalla nascita, il 13 ottobre 1973, fino a oggi. Nel libretto, la descrizione della vita del "n. 17 - Rivalta" che riuniva sia lo stabilimento della Meccanica sia quello della Carrozzeria, è scandita di triennio in triennio dalle nomine di presidenti e comitati esecutivi e dalle iniziative che diventeranno poi una tradizione del gruppo. Un esempio è la gara di bocce "Lui e Lei", inaugurata nel '95. È di quegli anni la delibera di tre turni di soggiorni marini a Pinarella di Cervia e la promozione sul posto della gara di bocce che, al di là della sua specialità, oggi è uno dei classici dell'intrattenimento sportivo del gruppo. Per tacer delle **serate danzanti** a Carnevale, con tanto di persone in maschera e premio ai travestimenti più originali, a fine serata.

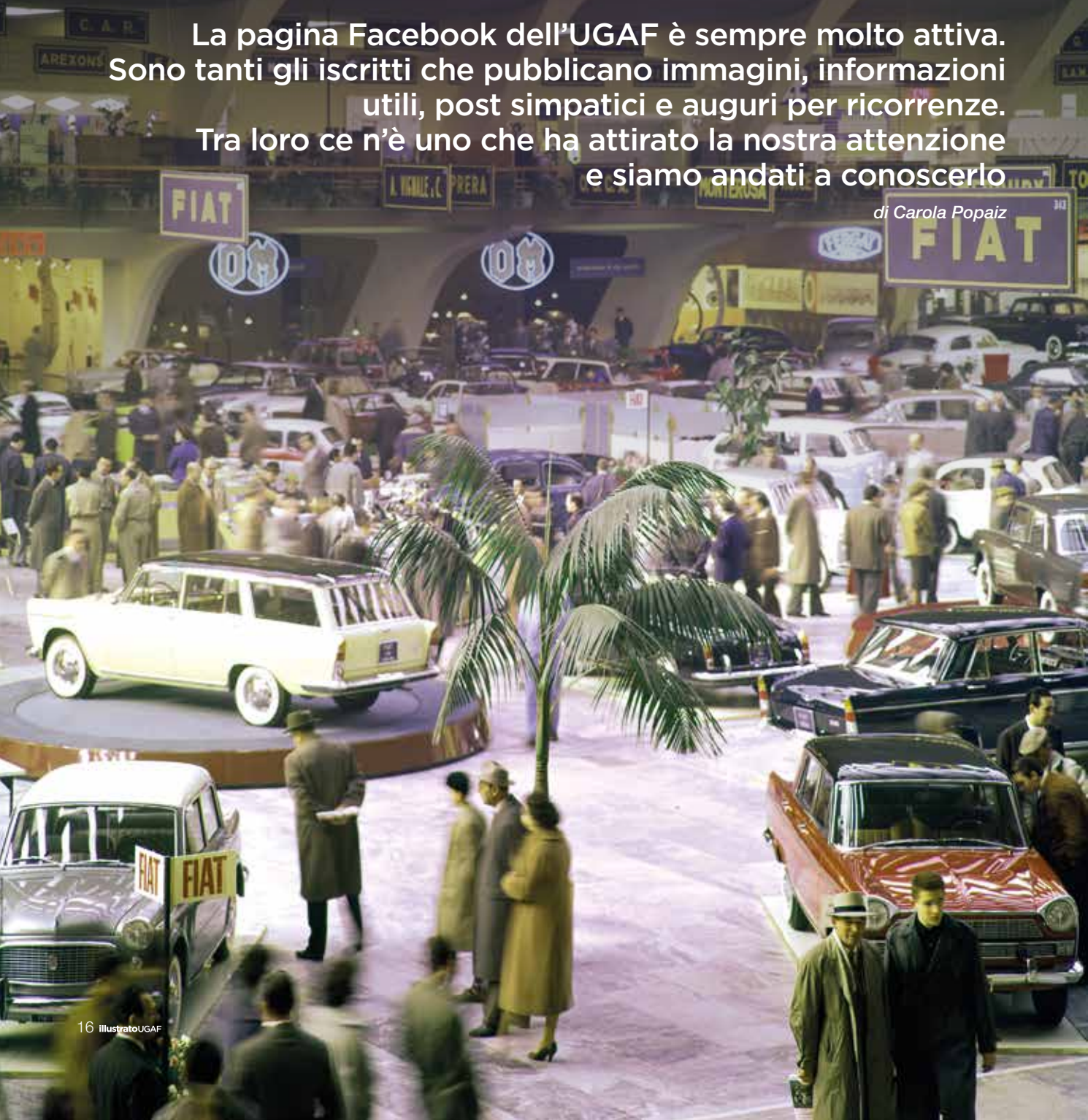
Sopra tutte queste attività, un segno distintivo immutato nel tempo: la voglia di stare insieme. E, caro signor Sartori, nonostante l'età media, è un invidiabile segno di vitalità. ■

Qui di lato, una festa di Enti Centrali per i 50 anni di matrimonio di una coppia di iscritti, tornei di carte dei Soci di Mirafiori Presse, incontro di bocce organizzato dal gruppo Rivalta e, in basso, un viaggio in Andalusia di Enti Centrali

CARTOLINE DAL PASSATO

La pagina Facebook dell'UGAF è sempre molto attiva. Sono tanti gli iscritti che pubblicano immagini, informazioni utili, post simpatici e auguri per ricorrenze. Tra loro ce n'è uno che ha attirato la nostra attenzione e siamo andati a conoscerlo

di Carola Popaiz





Chi segue le attività dell'Associazione su Facebook avrà sicuramente notato le bellissime **fotografie pubblicate da Luciano Baralis**. Sono immagini a volte in bianco e nero o in quel bellissimo color "seppia" che ricorda tempi antichi. Foto di stabilimenti, di luoghi storici, copertine di riviste che raccontano la "vecchia Fiat", quella dove la maggior parte dei Soci ha lavorato per tanti anni e nei confronti della quale conserva un sentimento intenso. Abbiamo quindi deciso di incontrare il signor Baralis - iscritto al Gruppo Enti Centrali - per farci raccontare qualcosa di lui, immaginando che dietro alla scelta di condividere queste fotografie speciali ci sia una motivazione affettiva o una passione per la ricerca storica. «Nulla di tutto ciò - risponde franco -. Semplicemente, **mi piace girovagare e curiosare su internet**. Ho alcuni siti preferiti, come quello del Centro Storico Fiat e sono iscritto a gruppi social, tipo "Torino com'era", dai quali scarico scatti di auto d'epoca esposte ai saloni, officine o spaccati di vita aziendale. Li condivido su Facebook sperando di fare cosa gradita ai colleghi del Gruppo Anziani e magari contribuire a far rivivere i momenti passati della loro vita professionale». La modestia del signor Baralis è saltata fuori proprio da queste prime frasi ed è stata poi il filo conduttore della piacevole chiacchierata che abbiamo fatto. Scavando un po' è poi emerso il suo animo gentile che, nonostante la

"giovane" età (ha 76 anni), ci ha fatto pensare ai valori considerati fondamentali dai nostri genitori: umiltà, dedizione al lavoro, solidarietà. «Sono entrato in un laboratorio di modelli per fonderia a 14 anni. Avevo ancora le braghettoni corte - racconta sorridendo -. Lavoravo e facevo le scuole serali. Lì ho iniziato a capire come girasse veramente il mondo. Poi sono entrato in un'officina meccanica che produceva bulloni e viti, ho fatto il militare seguendo la scuola sottoufficiali e, quando mi sono congedato, ho presentato domanda per entrare in Lancia. Sono stato assunto e ho iniziato come **disegnatore tecnico**. Anni davvero intensi. Quell'ambiente mi piaceva: all'epoca lo stabilimento era piccolo, quasi una gestione familiare. Ci conoscevamo tutti e insieme

Le immagini che Luciano Baralis pubblica sulla pagina Facebook del Gruppo ricordano anni lontani della storia aziendale. E, tra un post e l'altro, il nostro Socio ama anche raccogliere le etichette di frutta e verdura

paziente


/pa·zièn·te/


Persona la cui qualità della vita è al centro delle nostre priorità.



Per noi di CeMeDi la **definizione di paziente è molto chiara.**
Inizia con noi il tuo percorso di salute personalizzato.

Centro Medico Diagnostico

 Corso Massimo d'Azeglio 25,
Via Olivero 40, 10126 **TORINO**

 +39 011 0066880



www.cemedi.it



costruivamo i modelli che poi hanno segnato la storia del Marchio. Negli anni Ottanta, sono passato a Mirafiori, dove un tempo al posto dello Stellantis & You c'era la **porta zero**. Lì ho fatto il **progettista esperto di metodi di montaggio** e la mia vita è diventata frenetica: spesso la mattina prendevo l'aereo per andare in qualche stabilimento del sud Italia e tornavo alla sera con l'ultimo volo. Disegnavo, progettavo, miglioravo i processi produttivi. All'epoca non c'erano i computer, ma calcolatori che per quanto fossero sofisticati, "ragionavano" in base agli algoritmi che inserivamo e l'errore, la svista, erano sempre in agguato. Questo era il nostro mondo. Oggi è tutto diverso, nel bene come nel male. Ma quando ci penso, mi dico che **mi piacerebbe vivere ancora cento e cento anni, per vedere la trasformazione di questo nostro Pianeta**, le evoluzioni tecnologiche che ci saranno. Il passato è passato. Anzi, vi do un consiglio: **guardate sempre avanti**, perché il segreto per vivere bene è avere lo sguardo puntato al futuro. I rimorsi e i rimpianti non servono davvero a nulla».

Il signor Baralis, dunque, dopo essere letteralmente cresciuto in Azienda, ha avuto la fortuna di andare in pensione a 51 anni. «E, allora, ho iniziato a dedicarmi alle mie passioni, a viaggiare, a stare giornate intere con mia moglie. Ho sempre desiderato rendermi utile a chi avesse bisogno. Quando lavoravo non avevo tanto tempo per me. Quindi, da "uomo libero", ho inizialmente pensato di fare volontariato sulle

ambulanze. Ma, alla fine, ragionandoci, ho desistito, perché avrebbe richiesto un impegno notevole che non ero sicuro di poter mantenere. Allora ho trovato un'attività che alla fine ho portato avanti per alcuni anni: il bibliotecario all'Istituto Missionario della Consolata, in corso Ferrucci, a Torino. In tutta la mia "carriera" ho catalogato 115 mila volumi». Ecco, allora, che intuivamo quale sia il "filo" che riporta alla passione per le immagini storiche che il signor Baralis pubblica su Facebook, anche se non lo ammette apertamente. «Purtroppo - prosegue - la mia missione in "Consolata" è terminata perché, dopo la pandemia, ci sono stati alcuni cambiamenti nell'organizzazione. È stata un'esperienza bella, ricca e appagante perché, nonostante la biblioteca sia ecclesiastica, conserva tantissimi libri che trattano di qualsiasi argomento. Mi piaceva anche il contatto con il pubblico. Ora mi riposo. Leggo tanto, sto con la mia adorata moglie: insieme programiamo viaggi, passeggiamo, conversiamo, incontriamo gli amici. **Mi godo la vita presente**, cerco di mantenermi informato e osservo con attenzione i "segnali del futuro", quelli che stanno contribuendo al cambiamento della nostra società. Penso alla mobilità sostenibile, alla tutela dell'ambiente, agli stili di vita. E poi, continuo ad alimentare la mia strana passione: collezionare le etichette di frutta e verdura che da quarant'anni incollo su cartoncini. Non rida, lo so che è originale. Ma senza un po' di follia, che vita sarebbe?». ■

L'ARTE DI EVITARE LE TRUFFE

Nella sede UGAF di via Olivero a Torino, i Carabinieri hanno incontrato i Soci per parlare di un tema molto sentito: i raggiri agli anziani. Un momento costruttivo per difendersi dai malintenzionati

di Nicola Grande



Sempre più spesso si sente parlare di persone che sono state raggirate. Truffe che quotidianamente ci espongono a situazioni pericolose che tendenzialmente hanno come obiettivo tutte le fasce di età, anche se gli anziani sono fra i più presi di mira. Lo hanno spiegato i Carabinieri del Comando Compagnia CC. Mirafiori che a metà marzo hanno incontrato una cinquantina di Soci UGAF di Torino. L'iniziativa ha rappresentato un'occasione per spiegare le dinamiche delle truffe e per cercare di capire come potersi difendere, sapendo che **possiamo sempre contare sul supporto dell'Arma** che mette a disposizione le sue competenze, il **numero 112** sempre attivo e un vademecum consultabile sul **sito carabinieri.it**.

Durante l'incontro, i Carabinieri hanno evidenziato come i truffatori facciano leva principalmente sui sentimenti delle persone per ottenere fiducia e poter agire indisturbati nel portare a termine il furto, che può avvenire sia a casa, sia per strada.

Sul pianerottolo della propria abitazione, per esempio, possono presentarsi persone distinte e che parlano correttamente italiano. Con la **scusa di un controllo domiciliare** delle utenze domestiche cercano di entrare in casa per farsi consegnare oggetti di valore. In questo caso bisogna diffidare del semplice tesserino di riconoscimento che potrebbe essere contraffatto, e **chiamare l'Amministratore di Condominio o direttamente il 112** affinché ci diano conferma o meno della correttezza dell'intervento. Il consiglio, comunque, è quello di prendere tempo perché normalmente i malintenzionati giocano una partita fondata sull'"effetto sorpresa" che devono chiudere il più in fretta possibile. Se, infatti, percepiscono un contrattempo, scappano per evitare di essere smascherati.

Un altro caso molto frequente è quello della telefonata per farsi consegnare soldi simulando una necessità per conto di un figlio o di un parente stretto. Chiamano sulla rete fissa per comunicare che si è verificato un incidente stradale nel quale il congiunto è rimasto coinvolto e per dargli supporto è necessario pagare una somma di denaro. Si chiede, quindi, di portare contanti e preziosi in un luogo fuori casa e consegnarli a una persona che verrà a ritirarli. Anche in questo caso, bisogna **non farsi sopraffare dalle emozioni** e dall'idea che la telefonata possa riguardare veramente





L'UGAF
organizzerà
questo tipo
di incontri
anche in altre
sedi
dei Gruppi
in Italia

un congiunto. In caso di incidente sono sempre le istituzioni a dare informazioni, proprio per evitare truffe o raggiri.

Per strada, i tentativi di truffa sono per lo più legati alla vendita a buon prezzo di materiale contraffatto. Frequenti anche i tentativi di "abbordaggio" che **fanno leva sul fattore sentimentale e umano** come **finti amici di infanzia dei figli**, che adesso sono in difficoltà economiche o hanno bisogno di aiuto e chiedono denaro.

Non importa se la truffa sia riuscita o se il malintenzionato sia stato smascherato, in ogni caso è opportuno fare denuncia alle Forze dell'Ordine per permettere di effettuare le indagini e monitorare il fenomeno sul territorio. Le vittime di raggiri, inoltre, devono **avere la forza e il coraggio di denunciare** cercando l'appoggio dei familiari per avere il giusto conforto in queste situazioni che causano un forte disagio emotivo e fisico. ■

Il decalogo anti-truffa dei Carabinieri

- Non aprire agli sconosciuti e non farli entrare in casa;
- Non mandare i bambini ad aprire la porta perché potrebbero fare entrare i malintenzionati;
- In ogni caso, prima di aprire la porta controllare dallo spioncino e inserire la eventuale catenella;
- In caso di consegna di lettere, pacchi o qualsiasi altra cosa, chiedere che vengano lasciati nella cassetta della posta o sullo zerbino di casa. In assenza del portiere, se bisogna firmare la ricevuta, aprire con la catenella attaccata (se questa è presente);
- Prima di far entrare sconosciuti, accertarsi della loro identità ed eventualmente chiedere di mostrare il tesserino di riconoscimento. Nel caso in cui ci siano ancora sospetti o qualche particolare che non convince, telefonare all'ufficio di zona dell'Ente e verificare la veridicità dei controlli da effettuare. Attenzione a non chiamare utenze telefoniche fornite dagli interessati perché dall'altra parte potrebbe esserci un complice;
- Tenere a disposizione, accanto al telefono, un'agenda con i numeri dei servizi di pubblica utilità (Enel, Telecom, Acea, etc.) così da averli a portata di mano in caso di necessità oltre a quelli dell'Amministratore di Condominio e delle Forze dell'Ordine;
- Non dare soldi a sconosciuti che dicono di essere funzionari di Enti pubblici o privati di vario tipo. Bisogna ricordare che la pubblica amministrazione non manda incaricati a raccogliere denaro a casa degli utenti e il pagamento in posta, banca o via e-banking offre la garanzia dell'avvenuto pagamento;
- Essere cauti ad acquistare merce venduta porta a porta;
- Se inavvertitamente si è fatto entrare in casa uno sconosciuto lo si può invitare a uscire ripetendo l'invito con fermezza e ad alta voce.

RACCOLTA CANDIDATURE

I Soci che intendono candidarsi per il nuovo mandato elettorale devono contattare il proprio Gruppo di riferimento per segnalare il loro nominativo.

Qui sotto la data entro la quale inviare la propria partecipazione:

gruppi 31 Direzione Area Napoli, 56 Foggia e 74 Melfi: entro il 30 settembre 2023



NUOVI COMITATI

Gr. 03 Capogruppo Interaziendale

Comitato Esecutivo in carica fino al 28/02/2026

Presidente Delegato: Silvana Gandino

Vicepresidente: Michele Iorio

Segretario: Maurizia Ferrara

Consiglieri: Vito Pergher, Adriana Spinello, Francesca Mazza, Laura Saviozzi, Michele Borla, Lauretta Cavallero, Vincenzo Sbarbati, Cristina Allasina, Franco Chiotto, Luigi Passarotto, Renato Pilan, Mario Altare

Gr. 49 - Iveco Sede

Comitato Esecutivo

in carica fino al 31/12/2025

Presidente Delegato: Emanuele Maselli

Vicepresidente: Franco Matera

Segretario: Marisa Borgogno

Consiglieri: Laura Zambelli, Paola Ferrarese, Maria Bo, Carlo Tarena, Maria Cecilia D'Agostini, Giuseppe Ferrero, Eleonora Boccadifuoco, Ersilia Vaccarelli, Maria Luigia Feffin, Luigi Pertile, Dario Salvati

Gr. 63 - Ugaf CNH Jesi

in carica fino al 31/12/2025

Presidente Delegato: Alberto Carletti

Vicepresidente: Bruno Schiavoni

Segretario: Ivo Benigni

Consiglieri: Enrico Cecconi, Giordano Bruno Pieralisi, Paolo Rettangoli, Paola Zannoni

Gr. 65 - Teksid

in carica fino al 31/12/2025

Presidente Delegato: Carlo Cerboneschi

Vicepresidente: Valentino Abbà, Luigi Di Chiara

Segretario: Graziella Villata

Consiglieri: Davide Abbà, Mario Cossu, Salvino Giordano, Claudio Maina, Antonella Manfredini, Giocchino Martorana, Dario Orso Manzonetta, Claudio Saladin, Mauro Tuninetti

Gr. 87 Nichelino

in carica fino al 31/12/2025

Presidente Delegato: Nino Galea

Vicepresidente: Giovanni Silvestro

Segretario: Vincenzo Turrisi

Consiglieri: Luigi Viale, Gianfranco Susino, Guerrino Steffan, Mario Mendozzi, Remo Sbaiz

Gr. 97 Torino sud

in carica fino al 31/12/2025

Presidente Delegato: Piergiacomo Peiretti

Vicepresidente: Piero Dominici

Segretario: Dino Passadore

Consiglieri: Roberto Artero, Angelo Balbis, Aldo Scaliti, Giuseppe De Fenza, Piergiuseppe Pochettino, Cosimo Franco

UNA CONVENZIONE D'ECCELLENZA



“Dal 1928 mettiamo al centro dei nostri servizi la persona e la sua salute. Ci ispira la volontà di prenderci cura con responsabilità e professionalità della salute di ogni persona, un impegno che realizziamo valorizzando l'importanza della relazione umana con il paziente e curando un rapporto di fidelizzazione che, oltre a cure appropriate e sicure, comporta anche l'informazione e la trasparenza del servizio nonché il sostegno di ricerca e innovazione”. Questi i principi ai quali si ispira l'**Ospedale Koelliker**, una struttura sanitaria multi specialistica **accreditata con il Servizio sanitario nazionale** e con i **principali enti di assistenza privata**, da quasi un secolo prezioso punto di riferimento per il territorio piemontese e oggi centro di eccellenza per la diagnostica per immagini e per un'intensa attività chirurgica che può contare su cinque sale operatorie e 150 posti letto per il ricovero ordinario e in Day Surgery.

Il percorso di eccellenza di Chirurgia robotica ortopedica dell'Ospedale Koelliker si avvale di tecnologie d'avanguardia che permettono ai chirurghi dell'ospedale di utilizzare i sistemi robotici più moderni per gli interventi di protesi monocompartimentale o totale di ginocchio e protesi d'anca. Il Koelliker è stato il primo in Piemonte e dotarsi del Mako e del Navio, i due robot ortopedici in uso nei migliori ospedali del mondo che garantiscono maggior

precisione e minor invasività nell'intervento nonché un recupero più celere e completo del paziente. Da pochi mesi dispone inoltre, primo in Italia e tra i pochi al mondo, di EOSedge, il modello più evoluto di EOS, sistema radiologico di ultima concezione in grado di ottenere radiografie della colonna vertebrale e degli arti inferiori in carico (cioè con il paziente in posizione eretta) nonché di eseguire ricostruzioni in 3D, sempre utilizzando una dose di radiazioni notevolmente inferiore rispetto a quella di un apparecchio tradizionale. Scoliosi, difetti nel carico della colonna e delle anche, dismorfie dello scheletro acquisite o congenite rientrano tra le patologie che più beneficiano delle virtù dell'EOS e che richiedono ripetuti controlli nel tempo perché tipiche di pazienti giovani e bambini. Oggi attraverso la convenzione che UGAF ha stipulato con l'ospedale, i Soci possono così accedere a una vasta serie di prestazioni fruibili in via indiretta. Per gli esami per immagini come ecografie, ecocolordoppler, ecocardiografie, radiologia, densitometria ossea, mammografia, TAC e risonanza magnetica gli sconti variano dal 15 al 40 per cento sul tariffario privato a seconda della prestazione. Non va dimenticato che per quelle di alta diagnostica è necessario essere in possesso di una richiesta rilasciata dal medico di base o da uno specialista.

Per quanto riguarda invece il Laboratorio di analisi cliniche, che effettua oltre 500 diverse tipologie di esami, gli sconti sono variabili dal 10 al 50 per cento sul tariffario privato a seconda della prestazione. Mentre sul fronte delle visite e degli esami specialistici, è previsto uno sconto del 10 per cento sul tariffario privato, oppure una tariffa agevolata con sconti variabili dal 15 al 40 per cento in base all'accertamento. Per quanto riguarda, infine, l'attività chirurgica e di degenza, la fisioterapia e le prestazioni di odontoiatria e ortodonzia, lo sconto è del 10 per cento.

L'attività dell'ospedale, che ha sede in corso Galileo Ferraris 247/255, è affidata a circa 200 tra medici e tecnici, attivi su 27 Unità operative e in grado di garantire ogni anno oltre 100mila prestazioni di diagnostica per immagini e quasi 80mila visite specialistiche.

Per maggiori informazioni si può scrivere all'indirizzo **koelliker-informa@osp-koelliker.it** o chiamare il numero **011.6184.222**. ■

NOVITÀ: ISCRIZIONE ALL'ACI SCONTATA PER TUTTI I SOCI ITALIANI



UGAF ha stipulato per tutti i suoi Soci una convenzione con Easy Drive, che consente di ottenere a tariffe agevolate **le tessere ACI Gold** (79 euro anziché 99) e **ACI Sistema** (63 euro anziché 79).

Ottenerle è semplice perché basta recarsi in uno dei punti ACI in Italia, iscriversi presentando la tessera UGAF e poi chiedere l'applicazione della convenzione "STELLANTIS".

Le prestazioni sono numerose, alcune soltanto riservate alla tessera ACI Gold, e vanno dal soccorso stradale 24 ore su 24, illimitato in Italia, all'auto associata anche se il Socio non è a bordo, 2 volte all'anno in Italia su qualunque veicolo il Socio viaggia, 3 volte all'anno all'estero. E poi numerose assistenze accessorie che vanno dalla preziosa auto sostitutiva al rimpatrio del veicolo, all'assistenza legale per vertenze legate alla circolazione stradale, fino all'assistenza domestica in situazioni di emergenza (come



l'invio di falegnami, fabbri, idraulici, elettricisti). Per maggiori dettagli vi invitiamo a consultare la sezione dedicata alle convenzioni sul sito UGAF <https://www.ugaf.it/Iniziative/convenzioni>.

ANCORA PIÙ UGAF, ANCORA PIÙ UNITI!

Benvenuti nel nostro Gruppo Facebook:
un nuovo modo di condividere, raccontare,
aiutare. **Insieme.**

Per entrare a farne parte:

- Accedere a Facebook con il proprio profilo
- Scansionare QR code o cercare Gruppo UGAF su Facebook
- Effettuare la richiesta d'iscrizione



Trova il Gruppo UGAF
scansionando il QR code

Lasciatevi trasportare dalla fantasia

I mezzi di trasporto sono davvero tanti e sicuramente ciascuno di noi ha il suo preferito, sia tra quelli necessari alla mobilità moderna, sia tra quelli del passato, magari perché legati ad un piacevole ricordo. Ecco perché la sezione Fotografia ha deciso di promuovere per il 2023 una **Rassegna Fotografica** su questo tema, **aperta a tutte le Socie ed i Soci CEDAS in regola con l'iscrizione.**

Camion, treni, jet, biciclette, gondole, vecchie corriere o fiammanti auto da corsa, carrozze, mongolfiere, passeggeri, e persino chi proprio non è un "mezzo" come gli sherpa tibetani o le formichine coi loro carichi: insomma, il tema **"Mezzi di Trasporto"** si presta a tantissime interpretazioni. E, come sempre, tutto è ammesso! Anzi, più le foto dei Soci saranno fantasiose e originali e più riusciranno a documentare che cosa si è usato nel tempo fino ad oggi per "trasportare" cose e persone.

Tra i lavori che potranno essere inviati, quindi, sono inclusi mezzi meccanici e anche persone e animali. Qualche scatto potrà certamente essere tratto da viaggi avventurosi fatti in luoghi sperduti del mondo, ma basterà anche solo aprire gli occhi e fotografare il mondo sotto casa. Non ci sono vincoli.

La **scadenza** per inviare le immagini e partecipare alla Rassegna "Mezzi di trasporto" è il **30 settembre 2023. Le foto si possono inviare** al seguente indirizzo e-mail: **fotografiacedas@gmail.com.**



SHUTTERSTOCK



SHUTTERSTOCK



BARBARA PASQUERO



SHUTTERSTOCK



BARBARA PASQUERO

Un aiuto ai terremotati di Turchia e Siria



S Specchio dei tempi

Durante l'ultima riunione di Consiglio tenutasi il 15 marzo scorso, il Gruppo Dirigenti Fiat ha approvato una donazione alla Fondazione Specchio dei Tempi Onlus di 5.000€ a favore delle vittime del recente terremoto in Turchia e Siria.

Verranno acquistate tende per la Missione allestita nella provincia di Hatay (Antiochia) nel quartiere di Defne, in quanto purtroppo, persiste ancora oggi una forte necessità di ricoveri temporanei per i terremotati.

Tornano i "Lunedì del GDF"

A grande richiesta dei Soci, che hanno manifestato il desiderio ed il piacere di tornare a ritrovarsi e condividere interessi comuni, stiamo predisponendo un calendario per riprendere gli incontri "I Lunedì del GDF". I filoni saranno tre: salute, aggiornamento tecnologico e culturale.

Da Roma all'Arabia Saudita



Grande successo per i viaggi che abbiamo organizzato. Namibia, Egitto, Giappone, Uzbekistan hanno visto il tutto esaurito e piena soddisfazione dei partecipanti. Per l'autunno sono in preparazione uno short break ad Amsterdam (a settembre), un week end lungo a Roma per godere, come ormai consuetudine, dell'Ottobrara Romana, e dal 3 all'11 novembre, uno splendido tour dell'Arabia Saudita che ha appena riaperto i confini.

GDF 4 Education

"La scelta di un giovane dipende dalla sua inclinazione, ma anche dalla fortuna di incontrare un grande maestro", diceva Rita Levi-Montalcini.

Il GDF, sempre molto presente ed attivo sulla formazione scolastica, mira ad offrire un supporto concreto ai ragazzi e si evolve in linea con l'andamento del mercato del lavoro.

Quest'anno, ad esempio, sono stati aggiunti moduli relativi alla mobilità elettrica, alla guida autonoma e al nuovo modo di vivere il lavoro ibrido. Il PCTO (Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento) prevede sia lezioni frontali sia workshop. Lo scorso anno scolastico ha visto diverse scuole tra Torino, Modena e Napoli usufruire dell'offerta formativa proposta dall'Associazione.

Modulo Processi Stellantis 4 ore (3 ore di lezione + 1 ora di lavoro in sottogruppi)	Modulo Finance 4 ore (3 ore di lezione e lavoro in sottogruppi)	Modulo Il futuro della mobilità (3 ore di lezione)	Projectwork (2 giorni in classe)
<p>L'evoluzione industriale ed il contesto attuale</p> <p>I processi Stellantis</p> <p>Il Business Model Canvas</p> <p>Il caso della "gebitrina di Sbilav" svolto con il BMC</p>	<p>Vengono trattati i temi base degli economics necessari agli studenti per svolgere il project work.</p> <p>Ad esempio: Stato Patrimoniale, Conto Economico, Flusso di Cassa, Bilancio</p> <p>Viene svolto un mini caso "DinkEast" - avventura di un giovane imprenditore per consolidare i concetti teorici</p>	<p>All'interno dei moduli formativi saranno inseriti le novità di quest'anno</p> <p>Mobilità: la normativa, le nuove battute, le auto elettriche e ibride (come funzionano, i vantaggi, autonomia) e la rete per la ricarica</p> <p>Guida Autonoma: cosa è oggi, disponibili sulle auto e le prossime applicazioni</p> <p>Il lavoro ibrido (1,5 ore di lezione) No and smart working</p>	<p>Il nuovo Projectwork: si svolgerà 4-2 giornate a scuola per un totale di 4 ore e consisterà nel far presentare ad ogni scuola un'idea innovativa.</p> <p>Ogni classe verrà suddivisa in 5 sottogruppi, tante quante sono le aree funzionali.</p> <p>Planificazione/Sviluppo Commerciale, Istituzioni Industriali, HR, Finanza</p> <p>I tutor GDF riceveranno un format per la costruzione del progetto</p>



NOI, CHE A PANDA “DIAMO DEL TU”

L’“auto italiana” per eccellenza ha sempre saputo suscitare forti emozioni. Lo racconta un documentario e lo confermano i dipendenti dello stabilimento di Pomigliano d’Arco, che la producono ogni giorno e che, per l’impegno e la dedizione dimostrati, hanno ricevuto un ringraziamento speciale

di Elena Gregorini

In oltre **quarant’anni di storia e tre generazioni di modelli**, la city-car di casa FIAT ha collezionato svariati appellativi: funzionale, creativa, divertente, pop, affidabile, logica, anti-conformista. Ognuno contribuisce a tratteggiarne aspetti diversi, mettendo in luce le caratteristiche che la rendono così unica. Eppure, per chi la conosce meglio di ogni altro, tutti questi aggettivi non sono sufficienti a raccontare quanto è speciale. Infatti, chi “le dà del tu” descrive Panda come **“una di famiglia”**, perché la si condivide tra generazioni e piace proprio a tutti, o come “un’eroina dei cartoni animati”, inarrestabile davanti a ogni ostacolo.

A dipingerla così sono **i dipendenti dello stabilimento Giambattista Vico di Pomigliano d’Arco**, in provincia di Napoli, dove la city-car



viene assemblata a partire dal 2011. È loro il merito di aver accolto - e vinto - la sfida di realizzare questo autentico **simbolo della manifattura Made in Italy** con passione e professionalità. Tanto che il Marchio ha scelto di ringraziarli dedicando loro il **docufilm "Pantelleria"** (leggi il box "Che Panda pante-

scal!"), come ha confermato **Olivier François** - CEO FIAT e Stellantis Global CMO - esprimendo gratitudine per l'impegno e la dedizione dimostrati. L'omaggio, per i dipendenti del polo, si è concretizzato nell'opportunità di assistere a un'anteprima del video e nel veder scorrere, al posto dei titoli di inizio, un ringraziamento speciale: **"Questo film è dedicato a tutti voi che, con il vostro lavoro, avete creato un'icona: la Panda.** La Panda, da oltre 40 anni, è la macchina degli italiani, è la più venduta in Italia, ha contribuito in maniera significativa al risultato del Gruppo e alla leadership di FIAT nel nostro Paese. È solo grazie a voi che potremo continuare - negli anni a venire - ad alimentare una storia di successo e di passione, e a mantenere viva la nostra icona: la Panda. Grazie!" «Sono parole che ci hanno sorpreso e riempito di orgoglio - precisa **Mirko Bartolomeo**, addetto al Reparto Plastica in Azienda dal 2006 -. È stato riconosciuto il grande impegno che, ogni giorno, mettiamo nel fabbricare un prodotto sicuro e di qualità: nel momento in cui lo realizziamo abbiamo sempre in mente il cliente e le sue esigenze. Ecco perché Panda piace così tanto e, negli anni, ha mantenuto inalterato

il suo grande successo. Potendo sognare, mi piacerebbe che le prossime versioni fossero personalizzabili, magari con componenti intercambiabili. La vita è diventata frenetica, e tutti avremmo bisogno di un'"alleata quotidiana" compatta e scattante: i tempi sono molto cambiati da quando mio nonno mi prestava la sua Panda ver-

de acqua che teneva, letteralmente, come una "bomboniera"».

Anche per **Giuseppe Mercadante** la city-car è sinonimo di ricordi. «Durante la vendemmia, mio padre la metteva a disposizione di tutto il paesino nel quale vivevamo: la usavamo per trasportare le ceste d'uva proprio come si vede fare ai panteschi nel docufilm. Inutile dire che Panda è nel mio cuore da sempre. E io sono nel suo - racconta -. Infatti, dopo un'esperienza quasi ventennale in Azienda, oggi sono Team Leader dell'Area Meccanica, quindi mi occupo proprio dell'assemblaggio del propulsore. Sono arrivato a ricoprire questo ruolo grazie a un intenso iter di formazione che ha riacceso il desiderio di migliorare continuamente. Qui a Pomigliano possiamo dire di avere davvero un bello sprint: proprio come la nostra Panda». Partecipare alla produzione della city-car è stata una svolta anche per **Vincenzo Corbingi**, in Azienda dal 2003 e Team Leader di Verniciatura. «L'arrivo di Panda ci ha subito coinvolto e, quello che all'inizio è stato un banco di prova, è diventato motivo di riscatto per tutto lo stabilimento - afferma -. Agli ottimi risultati che abbiamo raggiunto tutti insieme, come per

In apertura e nelle pagine seguenti alcuni scatti realizzati a Pantelleria durante le riprese del docufilm. A fianco, i dipendenti dello stabilimento di Pomigliano d'Arco intervistati. In senso orario: Mirko Bartolomeo, Giuseppe Mercadante, Vincenzo Corbingi e Mariangela Andrisani



Che Panda pantesca!

Che cosa hanno in comune un apicoltore, un musicista, un agricoltore, un ristoratore e un prete? La risposta va cercata nell'incalzante alternarsi di immagini di natura incontaminata e racconti di vita quotidiana che compongono il docufilm "Pandelleria": girato da FIAT a Pantelleria, come si intuisce dal titolo, il video narra il successo indiscusso della city-car sull'isola dove "si contano più Panda che persone". In trenta minuti di documentario pubblicato sul canale YouTube del Marchio, 14 panteschi (così si chiamano gli abitanti di Pantelleria) che utilizzano la compatta per le loro attività quotidiane, descrivono infatti il loro speciale rapporto con il modello. L'apicoltore, ad esempio, la utilizza per spostare le arnie mentre l'agricoltore per caricare le ceste traboccanti di grappoli d'uva da cui ricava, con vendemmia "eroica", il celebre passito di Pantelleria. L'icona FIAT, grazie alle proverbiali doti di versatilità e funzionalità, accessibilità e semplicità di utilizzo, rende loro la vita un po' più semplice. Da generazioni. Sì, perché a Pantelleria circolano compatte di ogni età, colore e configurazione. Le versioni più recenti viaggiano accanto alle veterane dell'isola, come fanno anche giovani e anziani che, in questa terra aspra quanto magica, hanno radici. Panda, dunque, diventa più di un semplice mezzo di trasporto: è un oggetto trasversale, fonte di storie e racconti comuni sui quali si costruiscono esperienze condivise. Ecco perché viene definita il primo "social network", in quanto strumento che avvicina, unisce, connette. E proprio per coinvolgere tutte le generazioni del "popolo di Panda", FIAT ha scelto di affiancare al tradizionale linguaggio del documentario quello più moderno dei social network con la pubblicazione, per il mercato italiano, di contenuti speciali dedicati alle diverse piattaforme.

Chi desidera vedere il documentario può trovarlo su YouTube sul profilo @Fiat, con il titolo "Welcome to Pandelleria"

esempio i numerosi premi internazionali, si somma la gratifica di vedersi dedicato addirittura un documentario. D'altronde, siamo molto fieri del nostro lavoro e, nel mio caso, so bene quanto l'occhio voglia la sua parte. L'estetica è rilevante quanto la funzionalità, ecco perché mi accerto che le nostre Panda abbiano un colore di impatto: accattivante e brillante. Le mie tonalità preferite? L'arancione aragosta e la "Azzurra" Napoli Calcio, realizzata come esemplare unico per un progetto di solidarietà. Sì, a proposito di indole sportiva, mi piacerebbe vedere una Panda in versione "adrenalinica" con un allestimento dedicato, magari firmato dallo Scorpione».

Se di grinta si sta parlando, **Mariangela Andrisani** - Team Leader al montaggio porte, in Azienda dal 2000 - assicura che la mitica city-car ne ha già da vendere. «Durante una vacanza l'ho messa alla prova anch'io sulle stradine dell'isola di Pantelleria come fanno i protagonisti del documentario. Confermo che ci ha accompagnato proprio ovunque, persino a vedere le celebri fumarole, attive nella parte più montuosa del territorio pantesco. Ricordo ancora la soddisfazione che ho provato, e provo tuttora, nel constatare quanto Panda sia affidabile. Sia per gli isolani, che la utilizzano come mezzo di trasporto verso luoghi altrimenti difficilmente accessibili, sia per chi la guida in contesti completamente diversi, come una metropoli. Sono convinta che parte del risultato sia anche merito di noi addetti e della nostra capacità di collaborare: ho fatto così mio questo spirito "di squadra" che, mentre passeggiavo, "analizzo" con lo sguardo tutte le Panda che incontro per fare un rapido "controllo di qualità" a portiere e maniglie». Questo sì che è in accordo con il motto dello stabilimento **"Made in Pomigliano. Noi siamo quello che facciamo!"** ■





OPEL

SFIDA IL FUTURO

Da una parte c'è l'impegno del Brand a diventare 100% elettrico entro il 2028, dall'altra a ridefinire la sua identità. Federico Scopelliti, responsabile Opel in Italia, ci racconta i piani per il domani

di Carola Popaiz

Opel sta vivendo una vera e propria rivoluzione. A raccontarcela è **Federico Scopelliti**, 44 anni, da novembre dello scorso anno responsabile del Marchio in Italia. Dopo la laurea in Economia Aziendale alla Bocconi di Milano e diverse esperienze professionali, nel 2012 è entrato nel Gruppo, dove ha seguito la nascita di Stellantis. Nel 2021 è stato responsabile del Brand e-Mobility e ora, appunto, è pronto per affrontare con entusiasmo il nuovo incarico ricco di sfide.

Nuova identità di marca, innovazione, elettrificazione, maggiore efficienza nelle linee produttive... Quali altre sorprese ci riserva Opel per il futuro?

«Opel è uno dei marchi automotive più **antichi**, con oltre 160 anni di storia: per avere successo sul mercato per così tanto tempo devi avere la capacità di rinnovarti costantemente. Oggi stiamo guidando una trasformazione entusiasmante che ci permetterà di essere ancora più competitivi nel prossimo futuro. Ci stiamo muovendo a grandi passi verso l'elettrificazione, stiamo ripensando il modo in cui interagiamo con i nostri clienti sviluppando i canali online



e abbiamo da poco inaugurato la nuova identità di marca dei nostri saloni. Il primo grande cambiamento lo abbiamo però introdotto nei prodotti. Con Opel Mokka abbiamo dato vita ad un nuovo corso stilistico in cui il design delle nostre vetture incarna perfettamente i valori cardine del Brand: l'audacia e la semplicità. Le linee delle nostre auto sono infatti dotate di un forte carattere e, allo stesso tempo, rimangono pulite

ed essenziali. Il frontale Opel Vizor che caratterizza i nuovi modelli racchiude tutti gli elementi in un pannello nero, semplice e pulito. Anche all'interno dell'abitacolo troviamo gli schermi digitali del quadro strumenti e dell'infotainment ricordati in una superficie continua: una soluzione di grande impatto visivo, ma allo stesso tempo molto semplice ed essenziale».

In Italia avete una Rete molto forte. Quale sarà il ruolo dei concessionari nel prossimo futuro? Avete rafforzato anche la strategia per la soddisfazione dei clienti?

«Le concessionarie sono la prima linea, il contatto fisico che Opel ha con i propri clienti, pertanto sono fondamentali e continueranno ad esserlo anche in futuro. Il mondo evolve costantemente



e, oltre al classico rapporto cliente-concessionario, ora si affiancano altri canali di contatto, come l'online, che sta prendendo sempre più spazio. Questo elemento è fondamentale per il successo sul mercato ed è una priorità assoluta non solo per Opel, ma per tutta Stellantis».

Pochi giorni fa avete inaugurato un nuovo salone a Milano che nella visual identity rappresenta in tutto il vostro cambiamento. Arriveranno altre "Casa Opel"?

«La trasformazione del Marchio si riflette anche attraverso il modo con cui interagiamo con i nostri clienti e quindi anche all'interno dei nostri showroom. A Milano, nella sede di Stellantis&You, abbiamo inaugurato il primo showroom Opel d'Italia con la rinnovata identità di marca. Il nuovo salone è moderno e accattivante e presenta un notevole impatto visivo. L'ambiente è molto luminoso e il protagonista è lo slash giallo, la firma di Opel, che rende lo showroom caldo e pieno d'energia e con un netto richiamo all'elettrificazione del marchio. Si tratta del sito pilota che anticipa il rinnovamento di tutta la rete che si svilupperà durante il 2023».

Più volte il Marchio ha dichiarato che intende diventare 100% elettrico entro il 2028, con l'ambizione di essere leader in questo settore non solo in Italia, ma in tutti i mercati. Quindi ci saranno rinnovamenti anche tecnologici? Qual è lo stato dell'arte ad oggi?

«La mobilità elettrica rappresenta il futuro: su questo non ci sono dubbi. Per questo l'elettrificazione è un pilastro portante della strategia di Opel. Oggi abbiamo in gamma già dodici modelli diversi dotati di batteria ed entro il prossimo anno ogni vettura Opel sarà proposta con una versione elettrificata. Entro il 2028 offiremo solo auto elettriche. Stiamo migliorando costantemente i nostri prodotti, come Opel Mokka Electric, che da poco ha rinnovato la batteria ed è stata dotata di un motore elettrico più potente che le permette di raggiungere un'autonomia di 400km. Nuove piattaforme, nuove batterie e nuovi motori elettrici sono in arrivo, per una esperienza di guida per i clienti Opel sempre più appagante».

In questa corsa verso l'elettrificazione saranno coinvolti anche i veicoli commerciali?

«Certamente: i nostri veicoli commerciali sono, in ordine di dimensioni, Opel Combo Cargo, Opel Vivaro e Opel Movano, tutti dotati di un'alternativa elettrica, per lavorare liberamente nelle ZTL e a zero emissioni senza compromettere capacità di carico e funzionalità.

Stiamo lavorando in gran sintonia con il Dipartimento Veicoli Commerciali di Stellantis Italia per sviluppare e presidiare il mercato elettrico negli LCV e i risultati ci stanno dando ragione: nel 2022 Opel è salito al secondo gradino del podio nelle vendite di veicoli commerciali elettrici in Italia».



Qual è il modello che piace più agli italiani e perché?

«La nostra bestseller è Opel Corsa ed è facile capire perché. Da oltre 40 anni gli italiani ne sono innamorati per le dimensioni esterne compatte unite alla spaziosità degli interni, per l'elevato livello tecnologico che porta in un segmento così popolare e per l'affidabilità e qualità tipica del brand Opel. Un esempio sono i fari IntelliLux a matrice di Led che sono in grado di adattare il fascio di luce alla situazione del traffico e del contesto di guida: un grande vantaggio in termini di sicurezza e comfort. In fondo è quello che Opel fa sin

dai primi anni: democratizzare le tecnologie, cioè rendere accessibili ad un vasto pubblico quelle prima disponibili solo su vetture di alto livello».

Quali saranno le milestones che caratterizzeranno questo nuovo anno?

«Il 2023 è un anno fondamentale per Opel considerando l'importanza dei nuovi prodotti che lanceremo. Partiamo con l'introduzione del nostro nuovo marchio sportivo, Opel GSe, che richiama le gloriose sportive del passato come le GSi o le OPC. Ora però la "e" sta per "electric": GSe è infatti l'interpretazione moderna di sportività secondo Opel: sostenibile e a emissioni ridotte. Le Opel GSe sono ibride plug-in e utilizzano batteria e motori elettrici per ridurre considerevolmente le emissioni e incrementare le prestazioni. Opel Astra GSe vanta infatti 225 CV di potenza massima che arrivano a 300 CV per Opel Grandland GSe. In primavera lanceremo la versione 100% elettrica di Opel Astra che darà a questa vettura la più ampia gamma di motorizzazioni: benzina, diesel, ibrida plug-in ed appunto elettrica. Ci saranno poi altre importanti novità che non posso ancora svelare... ma vi consiglio di seguirci: vi sorprenderemo!». ■



- Centro Acufeni
- Apparecchi acustici di tutte le marche
- Servizi di assistenza domiciliare e ospedaliera

☎ 011 630 80 75
☎ 339 49 18 988
✉ info@sentiamocigroup.com
🌐 www.sentiamocigroup.com

**SI CHIAMA
ACUFENE!**

FISCHIO O
RONZIO
NELL'ORECCHIO?

Gruppo
Sentiamoci
prevenzione e benessere

Numero Verde
800 480 775
servizio gratuito

📍 Corso Dante 42 - 46, Torino
Via E. Jenner 46 C, ROMA



- farmaci non soggetti ad obbligo di ricetta, cosmetica, integratori
- Consegna a domicilio in tutta Italia (puoi ordinare tramite whatsapp!!!)

☎ 011 1956 50 97
☎ 380 63 83 010
✉ info@amicafarma.it
🌐 www.amicafarma.it

SCONTISTICA
RISERVATA A
TUTTI GLI
ASSOCIATI UGAF E
LORO FAMIGLIARI

Inoltre siamo presenti a Pescara, Vasto, Livorno, Cuneo, Aosta e presto anche nella tua città!



QUANDO LA FANTASIA DIVENTA

Come sono cambiate, e come si trasformeranno ancora, le modalità di interazione con i nostri veicoli? Dagli schermi touchscreen fino alle applicazioni per smartphone, *illustrato* guarda ai dispositivi che consentono di “dialogare” con le automobili analizzando come muta la User Experience

di Elena Gregoriani



SCIENZA REALTÀ

Il futuro non è sempre come lo immaginiamo. Lo dimostrano le “profezie” mai avverate di cineasti e scrittori: l’uomo, per esempio, non ha ancora raggiunto Giove come previsto da Kubrick in “2001- Odissea nello spazio” né ha fondato una colonia su Mercurio, ambientazione scelta da Asimov per il suo “Circolo vizioso”, racconto breve dell’antologia “Io, robot”. Il nostro 1984 non è stato - fortunatamente! - come fantasticato da George Orwell e, per finire, non esistono nemmeno le vetture volanti e le scarpe che si allacciano da sole ammirate da Doc, Marty e Jennifer

nella saga “Ritorno al futuro”. Alcune ipotesi sull’avvenire, insomma, si sono rivelate completamente sbagliate. L’errore, però, fa parte del processo quando si immagina il domani. Lo sa bene chi, in Stellantis, si occupa di innovazione proprio in uno degli ambiti che più hanno solleticato la fantascienza: le modalità di interazione tra l’uomo e le automobili. Tra loro c’è **Cristina Zoldan**, ARAE Advanced Concepts, Features & UX, una degli specialisti dello **UX Plateau South Europe**, il team che si occupa di analizzare e mettere a punto i dispositivi che migliorano la “**User Experience**” di bordo (vedi box “La scienza al servizio delle emozioni”).

«**Come interagiremo con i veicoli di domani?** Quali informazioni saranno capaci di restituirci? Potremo “parlare” con i nostri mezzi anche a distanza? Il nostro compito è rispondere a queste domande immaginando scenari possibili. Alcune congetture rimarranno tali, altre prenderanno corpo trasformandosi nel futuro della mobilità» spiega Cristina Zoldan, vent’anni di esperienza in Azienda e una specializzazione in Psicologia Sperimentale. Una competenza che non deve stupire se contestualizzata al ruolo: per studiare come si evolverà la User Experience è essenziale il contributo di un esperto conoscitore della mente umana e di come questa si rapporta con l’esterno. «Dobbiamo assicurarci che le interfacce di comunicazione alle quali stiamo lavorando siano adatte alle capacità cognitive di chi le utilizza - conferma Cristina Zoldan -. Ci riusciamo mettendo insieme le nostre conoscenze specifiche, i **dati “oggettivi”** sulla base dei quali sviluppiamo ogni progetto e le **risposte a test su pc e simulatori** di un campione selezionato di utenti in genere estranei all’Azienda, i quali provano le soluzioni proposte e, così, aiutano gli esperti a capire il reale comportamento di un potenziale cliente».



In alto,
Cristina Zoldan
e Amon
Rambaldini

User Experience
è l'“esperienza di fruizione”
che si ha di un prodotto
o di un servizio



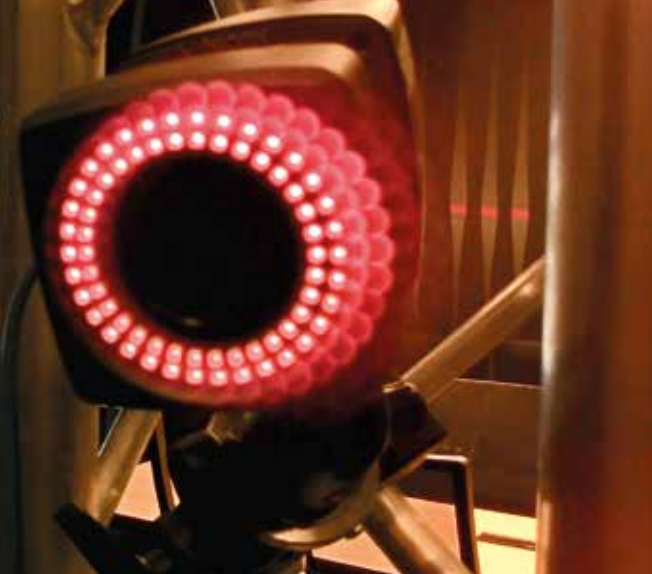
In queste pagine, alcune immagini dei simulatori utilizzati dagli specialisti dello UX Plateau per mettere alla prova i dispositivi di interazione con le vetture

IN CERCA DI ISPIRAZIONE

Prima di capire se un dispositivo potrà rivoluzionare il panorama automotive è necessario metterlo a punto. «Ci misuriamo con **progetti di innovazione a lungo termine** che nascono da stimoli diversi, tutti provenienti dai differenti professionisti che collaborano all'interno dello UX Plateau - precisa Cristina Zoldan -. C'è il contributo degli **ingegneri**, che guardano alle aspettative dei trend tecnologici e indirizzano la ricerca in quel senso, ma anche le istanze dei **Marchi**, i quali hanno precisi obiettivi di sviluppo per i propri

modelli. Ultimi ma non meno importanti, gli **stilisti**: hanno una visione di ampio respiro su come si trasformeranno gli interni delle vetture, e chiedono a chi progetta i dispositivi di “dialogo” con i mezzi di essere sulla stessa lunghezza d'onda».

Oggi, per gli specialisti di innovazione dello UX Plateau di Stellantis, tenere conto di tutti questi stimoli significa lavorare su alcuni ambiti specifici. Il primo riguarda i **sistemi di interazione con i veicoli** quando si è **a distanza**, attraverso l'utilizzo di smartphone, smartwatch o, in futuro, anche di occhiali per la



La scienza al servizio delle emozioni



Oggi si parla molto di User Experience, ma di cosa si tratta esattamente? «Per spiegarlo, guardiamo ai pulsanti presenti sulla plancia o sul volante della vettura che guidiamo ogni giorno la posizione non è casuale, come non lo sono le icone, cioè le immagini che ne descrivono il compito, le modalità di utilizzo e, ovviamente, l'estetica. Tutti questi aspetti fanno parte del composito universo della "User Experience", UX abbreviato, un termine che definisce "l'esperienza di fruizione" che si ha di un prodotto o di un servizio». A parlare è Vincenzo Petrella, UX Plateau South Europe, coordinatore di una squadra di professionisti con specializzazioni differenti il cui obiettivo è rendere il più possibile naturale, fluida e piacevole l'interazione tra le vetture del Gruppo e i clienti che le scelgono. «Il perimetro della User Experience spazia dall'ergonomia all'informatica, dalla qualità percepita fino allo stile - spiega -. Se, però, una volta questi settori tendevano a operare in

autonomia, oggi la rivoluzione sta nel lavorare tutti insieme». Il cambio di paradigma passa anche attraverso una nuova organizzazione, lo UX Plateau. Si tratta di un sistema globale suddiviso in Tech Center dislocati nelle Region in cui è presente il Gruppo. Ognuno di questi è guidato da un responsabile organizzativo che coordina i tecnici delle diverse aree aziendali coinvolte nel mettere a punto la User Experience di un modello: Vincenzo Petrella ha proprio questo ruolo di referente per l'area South Europe/EMEA.

Definito di cosa si tratta e chi partecipa nel realizzarla, è utile capire quali siano le linee guida per progettare un sistema che favorisce la User Experience: si potrebbero sintetizzare con l'espressione "niente di personale" perché non fanno mai riferimento alle percezioni del singolo, bensì a numeri precisi. «Nel campo dell'ergonomia, per esempio, partiamo da cifre note perché conosciamo le geometrie del corpo umano - prosegue Petrella -. Quando, invece, non abbiamo dati sufficienti, li "costruiamo" attraverso i cosiddetti "user test"». E cioè prove che coinvolgono soggetti diversi i quali, rispondendo a domande o dimostrando come si relazionano con un dispositivo, restituiscono informazioni che gli specialisti del Plateau trasformano in numeri statistici. «Oltre ai dati, ci affidiamo anche a un corpo normativo di "buone pratiche" che, nell'arco degli anni, è stato messo a punto dal Gruppo e, infine, facciamo riferimento ai valori del marchio al quale appartiene un dato modello. Esistono, infatti, metodi oggettivi grazie ai quali è possibile calibrare il target di riferimento, e quindi, le esigenze di chi acquisterà il mezzo».

Ormai è chiaro: il giudizio che si dà a una vettura si basa su una moltitudine di input che sono multisensoriali, cognitivi e logici, tutti elementi che giocano un ruolo essenziale nell'ambito della User Experience e collaborano nel migliorarla. Questo a patto che tra loro siano coerenti e omogenei. «Una distonia può generare quello che chiamiamo "effetto alone" - conclude Petrella -. Si tratta di una sensazione che l'utente non sa spiegare da cosa derivi, ma ha un esito pessimo: far risaltare i difetti quando, al contrario, provando piacere e comfort si tende a trascurare le imperfezioni».



realtà aumentata. «Altro argomento di tendenza sono le **visualizzazioni delle interfacce di comunicazione** - racconta Cristina Zoldan -. Mi riferisco, ad esempio, a schermi che potranno avere forme e curvature diverse, che compaiono e scompaiono a seconda delle esigenze, ma anche a sistemi di realtà aumentata capaci di proiettare le informazioni necessarie direttamente “sulla strada” e sul-

lo scenario esterno al veicolo. Al variare del dispositivo cambieranno anche le modalità di “comunicazione” sia da parte di chi è al volante, perché magari i tasti fisici verranno sostituiti da comandi dotati di un sistema di riconoscimento di sguardi o di gesti, sia da parte della vettura. La restituzione delle informazioni, infatti, potrà non limitarsi a segnali visivi e acustici, ma impiegare anche avvisi aptici come la vibrazione del volante, della cintura o del sedile che, ovviamente, dovranno avere una giusta intensità, tale da attirare l’attenzione senza distoglierla dalla guida». La sottile linea che separa l’**informare senza distrarre** è uno dei “terreni di gioco” degli specialisti dello UX Plateau. «Per noi la sfida sta nel progettare, fin dalla fase di innovazione, **veicoli che**, un po’ come accade con gli smartphone, **si ricordino delle abitudini e delle preferenze del proprietario** - conclude Cristina Zoldan -. Questo significa renderli capaci di fornire a chi li guida tutte le specifiche necessarie al viaggio e non solo, ma con un importante compromesso: farlo nel modo, nel momento e con la frequenza più opportuni. Così che un vantaggio non si trasformi in danno».

C'è, infine, un ultimo argomento sul quale gli specialisti dello UX Plateau hanno lo sguardo fisso: il mondo della **guida autonoma** e le sue tante declinazioni.

LA METAFORA DEL CENTAURO

Consentire a un mezzo e ai suoi occupanti di comunicare o, addirittura agire, in modo efficace ed efficiente ha importanti ricadute sulla **sicurezza**, aspetto che coinvolge un altro tema caro agli specialisti dell'innovazione: la fiducia nella tecnologia, il "trust" come viene chiamato nell'ambiente. «Si tratta di due facce della stessa medaglia - specifica **Amon Rambaldini**, Advanced ADAS HMI Lead -. Lo dimostra proprio l'evoluzione delle vetture a guida autonoma e il conseguente sviluppo di dispositivi di User Experience adatti al nuovo tipo di "dialogo". Infatti, insieme alle tante sfide che questa tecnologia rivoluzionaria porta con sé nel momento in cui si passa dalla teoria alla pratica, o meglio dire, alla strada, in materia di User Experience va considerata anche la **difficoltà** degli esseri umani **di affidarsi a un sistema non senziente**. Abbiamo ri-

scontrato due atteggiamenti opposti: c'è chi si abbandona completamente ai dispositivi, tanto da arrivare a non frenare in prossimità di un semaforo rosso convinto che la vettura lo farà sempre al posto suo anche quando non è predisposta a farlo, e chi non riesce mai a rinunciare al controllo. Qui intervengono gli specialisti di User Experience, che hanno il compito di **mediare tra ciò che il guidatore si aspetta e ciò che la tecnologia è effettivamente in grado di fare**. Infatti, l'interazione tra uomo e vettura è differente a seconda del "livello" di autonomia raggiunto dal veicolo e, a peggiorare le cose, bisogna considerare il fatto che, nella realtà, una tecnologia non sostituisce completamente l'altra, bensì coesistono diversi gradi di sviluppo che si stratificano anno dopo anno con la crescita del contenuto e le nuove richieste del prodotto. Qual è l'obiettivo finale? Dar vita al "**Centauro**", una realtà nella quale **il mezzo e l'uomo sono "una cosa sola"**: dove non interviene l'uno ci pensa l'altro con interazioni così fluide e "naturali" che non c'è distinzione tra come ci si relaziona nel mondo o in un abitacolo». ■



Hotel Terme
San Lorenzo

CENTRO TERMALE & BEAUTY

Via Santuario, 84
ABANO TERME (PD)
Tel. 049 8669347 - 049 8668455
www.termesanlorenzo.com
info@termesanlorenzo.com



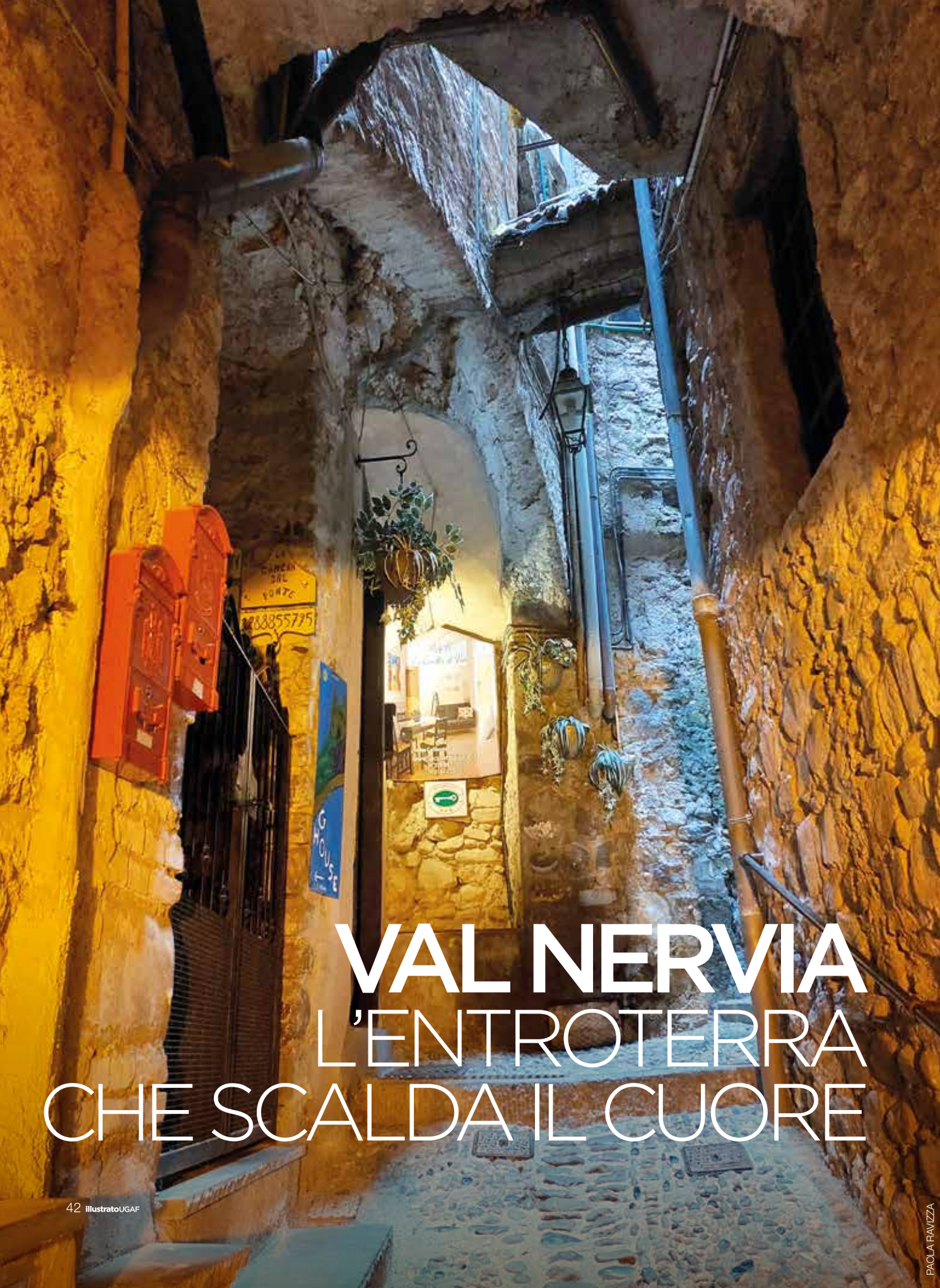
SCONTI SPECIALI AI SOCI UGAF

Pensione completa a partire da **€ 57,00**

Hotel con piscina termale coperta e scoperta, idromassaggi, camminamento su pietre naturali e trattamenti situato in posizione strategica, vicino al centro di Abano Terme. Luogo di Trattamenti Termali, il Reparto Cure interno è convenzionato con il Servizio Sanitario Nazionale, dove potrete rilassarvi e rigenerarvi in un ambiente tranquillo, circondato dal verde del Parco Naturale dei Colli Euganei.

Da più di settant'anni la Famiglia Toson con professionalità propone un'accoglienza familiare ai suoi ospiti, offrendo una Casa confortevole nella quale tornare con piacere.





VAL NERVIA L'ENTROTERRA CHE SCALDA IL CUORE

A bordo di una Citroën C5 Aircross Plug-in Hybrid un affascinante itinerario da fare in giornata partendo da San Remo, la città dei fiori, per poi scoprire i borghi e i paesaggi dell'imperiese

di Paola Ravizza

Se vi trovate nella Liguria di Ponente e volete **capire il territorio, la sua storia, le sue genti e la sua enogastronomia**, dovete assolutamente addentrarvi **nell'entroterra**. Quello dell'imperiese riserva grandi sorprese, scrigno d'architettura con decine di paesini abbarbicati alle montagne o incuneati nelle gole scavate dall'acqua e oggi ricoperte da boschi. Borghi di bellezza commovente perché fatti di pietre strappate alla roccia e risistemate, una sopra l'altra, per costruire case alte e strette e dedali di viuzze in cui vento e luce si infilano a stento, finché girato l'angolo, uno squarcio sull'orizzonte non svela scorci che spalancano il cuore.

Ancora oggi, raggiungere questi paesini è una piccola sfida. Le strade che partono dalla litoranea si infilano nelle valli riducendo le carreggiate e raggomitolandosi in curve contro curve. Per la gita di un giorno che oggi vi proponiamo, utilizziamo una **Citroën C5 Aircross Plug-in Hybrid con motore da 225 Cv e cambio e-EAT8**, la vettura ideale per viaggiare comodi e sicuri. La partenza è al fondo del molo principale di **Porto Sole a San Remo**, in linea d'aria

con la splendida Villa Nobel che affaccia sulla via Aurelia.

La città è conosciuta a livello internazionale non solo per il festival della musica italiana ma anche per una tra le principali fonti di reddito della zona: i fiori. Ci muoviamo durante uno dei rari periodi di calma del centro ligure, fra la Pasqua e le vacanze estive, quando la costa si movimenta grazie alle belle e calde giornate primaverili. Il nostro itinerario ci porta alla volta della **val Nervia per visitare Dolceacqua, Rocchetta Nervina, Pigna e, sulla strada del rientro Apricale, Bajardo** fino ad uscire all'altezza di Bussana per poi rientrare a San Remo.

Il viaggio inizia con un breve tratto d'autostrada.

Da Porto Sole si gira a destra, verso Imperia e, poco distante, si imbecca a sinistra strada San Martino per raggiungere uno dei due svincoli autostradali della città. **Direzione Ventimiglia e uscita a Bordighera** dove si prenderà la **Statale 64** in direzione Dolceacqua. Proprio il tratto cittadino ci consente di approfittare della tecnologia di cui è dotata la vettura che sfrutta le continue **decelerazioni e frenate per recuperare l'e-**

La Citroën C5 Aircross Plug-in Hybrid a Porto Sole di San Remo. Accanto, una via dell'affascinante Dolceacqua





Sopra, la consolle della Citroën C5 Aircross Plug-in Hybrid. Nell'altra pagina alcuni scorci dell'itinerario: dall'alto a sinistra, Rocchetta Nervina, una via interna di un paese della valle, una porta di Dolceacqua, Pigna e il ponte di Dolceacqua

nergia e ricaricare in parte la batteria da 13,2 kWh, un processo che si può amplificare con la funzione Brake. Abbiamo a disposizione anche **55 chilometri di autonomia in elettrico** che consente di viaggiare senza vibrazioni, rumore, emissioni (e costi, se fossimo in una città con ingresso a pagamento nella ZTL).

Un'ora dopo siamo a **Dolceacqua**, un **miraggio di bellezza** acquattato com'è sul Ponte Vecchio. Parcheggiamo l'auto per andare nella piazza centrale del borgo medioevale per un caffè e l'acquisto di alcune bottiglie di **Rossese**, vino ottenuto da un vitigno a bacca nera originario della Francia e importato nel 1200 dai Doria. Qui la nobile famiglia aveva fatto impiantare numerose vigne e costruire un castello fortificato che dominava tutta la val Nervia.

Il borgo è minuscolo, ma la visita rischia di durare a lungo, non solo per vedere il maniero che è aperto al pubblico, ma perché i suoi **carruggi sono vivaci, pieni di botteghe e di scorci artistici**. Il medioevo trasuda dalle mura, ma la vita è ultramoderna.

ROCCHETTA NERVINA, LA PISCINA ESTIVA

Lasciata Dolceacqua, continuiamo su per la val Nervia, fino al bivio per Rocchetta Nervina, dove termina anche la strada. Ci vuole un quarto d'ora d'auto. Il paese risale all'**epoca preromana** ed ha sempre goduto di una protezione naturale incuneato nella valle, alla **confluenza del torrente Barbaira e del Rio Oggia**. Appena lo vediamo, abbiamo l'impressione che le sue case in pietra, alte e a picco sull'acqua, siano in bilico. E invece, Rocchetta Nervina è lì, tenacemente attiva, vivissima soprattutto d'estate. Il torrente Barbaira richiama appassionati di canyoning e

turisti che rifuggono il caos delle spiagge in riva al mare preferendo le fresche acque dei laghetti disseminati lungo tutto il suo percorso.

Ne approfittiamo per una passeggiata in paese, e iniziamo proprio dalla **camminata che corre a mezza altezza lungo il fiume**. È qui che scopriamo l'attività che ha sostenuto l'economia del paese per moltissimo tempo: **la concia delle pelli**. Un tempo funzionava un mulino ed era stato organizzato un geniale sistema idrico. Oggi ce lo racconta **"e dubarie"**, il polo museale dedicato a questa tradizione artigiana.

Restiamo qui a pranzo per assaggiare i tipici **ravioli di borragine con il "pesigu"**, il pizzicotto, e un altro piatto più adatto a chi ama i sapori decisi, ma proposto in tutto l'imperiese: **capra e fagioli**, a testimonianza del fatto che, pur essendo a pochi chilometri in linea d'aria dalla costa, la cucina è tutta di terra.

A PIGNA, IN CIMA ALLA VALLE

Ci vuole una mezzoretta di strada per raggiungere **Pigna**: torniamo indietro e, al bivio con la statale 64, giriamo a sinistra. Il borgo si trova nell'**alta val Nervia**, dove gli ulivi iniziano a lasciare il posto a castagni e roveri. Il percorso è tortuoso, ma tanto chi è al volante come chi sta seduto a bordo non può che apprezzare il famoso **comfort Citroën**: buche e asperità dell'asfalto sono attutate dalle **sospensioni Progressive Hydraulic Cushions®**.

Il nome del paese è dovuto alla posizione delle **case riunite appunto "a pigna"** che danno poi forma ai **"chibi"**, gli stretti vicoli che caratterizzano tutti i borghi dell'imperiese. E come tradizione architettonica di questi luoghi, in cima a tutto domina il campanile. A Pigna ci si deve tornare anche per



SHUTTERSTOCK



PAOLA PAVIZZA



PAOLA PAVIZZA



SHUTTERSTOCK



SHUTTERSTOCK



una breve vacanza all'insegna del benessere. Ci sono infatti delle **acque termali sulfuree che sgorgano a 30° di temperatura**. Se le godevano già i Romani. Perché non farlo anche noi? Con l'occasione, approfitteremo anche per vistare il **Museo etnografico "La Terra e la Memoria"**. In attesa della vacanza relax, per ora ci perdiamo naso all'insù tra i vicoli. Ma il tempo scorre ed è ora di tornare indietro. Direzione Apricale, un borgo spettacolare, in tutti i sensi.

AD APRICALE, IL TEATRO È IN STRADA

È bella, soleggiata, circondata da ulivi e... sul suo campanile si arrampica una bicicletta... **Apricale** non si può escludere da una gita in val Nervia, semplicemente perché è magnifica. Anche qui le vie sono un ramo che si inerpica sulla collina: tortuose, improvvisamente aperte alla luce, miracolosamente popolate di piante e fiori. Di cose da vedere ce ne sono molte. A cominciare proprio dalla **bici che l'artista Sergio Bianchi fissò in cima al campanile** durante una mostra dedicata alla mancanza di gravità, nel 2000. La bici stava così bene lassù che l'amministrazione locale decise di non toglierla più. **Prenotando agli uffici del Comune (0184 208126, minimo 4 persone)** è possibile visitare i monumenti più importanti del paese come la **Chiesa-fortezza della Madonna degli angeli** o la **Torre del boia**, l'**Oratorio di S. Bartolomeo** o il **castello della lucertola**. E se dovete andarci d'estate, il paese ospita anche una famosa **kermesse teatrale proposta dal Teatro della Tosse con scenografie di Lele Luzzati** che qui veniva spesso e che fu nominato cittadino onorario. Ad Apricale si sta bene e la voglia di farsi rapire dall'atmosfera teatrale, pur essendo un luogo





vero di pietre e mattoni, ci induce a far sosta in un bar della piazza principale. E allora, non vogliamo assaggiare la specialità del posto, **zabaione con pansarole**? Se lo zabaione segue una ricetta pressoché universale, i biscotti hanno ingredienti e dosaggi che si tramandano più o meno in segreto da famiglia a famiglia. **La ricetta base si trova online** ed è molto semplice: farina, uova, olio, zucchero, lievito, un po' di sale, latte un po' di buccia di limone grattugiata e qualcuno ci aggiunge anche un po' di anice e forse altro, chissà. Potete farveli da soli, ma la pansarola pucciata nello zabaione in piazza ad Apricale ha tutto un altro gusto. Fidatevi!

I CELTI CHE SCELSERO BAJARDO

È ora di pensare al ritorno. Mentre eravamo seduti al bar in piazza, circondati da molti turisti stranieri, un'unghiata di freddo ha buttato giù la temperatura. **Grazie all'app My Citroën dialoghiamo a distanza con la nostra vettura** che abbiamo

messo in carica ad una colonnina che si trova ai piedi del paese. **Accendiamo il pre-condizionamento dell'abitacolo**, una funzione disponibile **solo su modelli elettrici e ibridi plug-in**: in auto saremo accolti dal fantastico "calduccio" dei 21°. Già che ci siamo controlliamo anche il livello della benzina e la carica della batteria di trazione. E visto che Apricale è un paese grande, i vicoli tanti e contorti, e la nostra C5 è parcheggiata lontano, **la geolocalizziamo** in modo da farci condurre dal gps.

Per non rifare il percorso precedente lungo la val Nervia, più comodo ma con traffico cittadino e autostradale, decidiamo di tornare a San Remo su una strada interna che segue i dislivelli della zona. È bella per i panorami, ma estremamente difficile e stretta: va da Apricale a **Bajardo, il paese dei Celti**. Da lì poi scenderemo a Bussana e di nuovo a San Remo. Nonostante il percorso, siamo sereni perché la vettura è dotata di **20 tecnologie di assistenza alla guida** (tra queste alcune utilizzate stamattina in autostrada come il sistema di **guida semi-autonoma di livello 2 Highway Driver Assist**) oltre a 6 funzioni di connettività.

A Bajardo la sosta è breve ma possiamo renderci conto dell'antichissimo passato del paese e del violento **terremoto** che colpì quest'area della Liguria nel **1887** con una serie di costruzioni diroccate.

Riprendiamo il viaggio e scendiamo in scioltezza fino a **Bussana** per svoltare poi a destra e dirigerci di nuovo a San Remo. La gita è finita, ma il cuore pieno di bellezza. La val Nervia merita di essere scoperta se non ci siete mai stati: è uno dei tanti tesori nascosti della nostra bella Italia. Buon giro! ■

Apricale, arroccato sulla collina e un particolare del campanile sul quale è stata montata una bicicletta. Sotto ruderi a Bajardo e uno scorcio della Riviera dei Fiori



MOTORI&CUCINA

BINOMIO STELLATO

Il piacere della vista oltre che del gusto, l'armonia tra l'uomo e l'innovazione, la scelta accurata degli ingredienti, la creatività e la cura del dettaglio accomunano l'alta cucina e il mondo automotive. Alla scoperta delle collaborazioni tra i brand di Stellantis e i grandi chef

di Francesca Rech

A partire dagli anni Duemila abbiamo assistito a un vero e proprio boom gastronomico. Un netto cambio di rotta che ha portato l'alta cucina a diffondersi ovunque: da che era considerata un'esclusiva per lo più francese, ha contaminato i ristoranti di tutto il mondo. È diventata l'argomento preferito nelle serate tra amici e nelle riunioni di famiglia, complici alcune pellicole sul grande schermo come **Sapori e Dissapori** (2007) e il film d'animazione **Ratatouille** (2007) che hanno sdoganato e reso protagonista la figura del cuoco, prima di allora relegato al ruolo di macchietta all'interno delle commedie e





Qui accanto, Massimo Bottura, testimonial di Maserati. Sotto, le Alfa Romeo di “Strade Stellate” e nella pagina di sinistra, il cuoco Italo Bassi

spesso raffigurato come pomposo chef baffuto dall'accento parigino.

Qualche anno dopo sono arrivati in tv i vari reality-show come **MasterChef**, **Hell's Kitchen**, **Cucine da Incubo**, **Top Chef**, **Bake off**, solo per citarne alcuni, che hanno decretato il grande successo degli **chef**, facendoli diventare **vere star televisive**. I social e la pandemia hanno fatto il resto, trasformando la cucina in un'esperienza culinaria sensoriale da fotografare e mettere in rete. Così il food stellato è diventato un filone molto sfruttato e remunerativo, da utilizzare nel marketing e nella comunicazione perché la cucina è cultura e fascino e racconta la storia del territorio.

Anche i brand automotive hanno scelto di cavalcare il binomio **motori&cucina** mettendo a fattor comune **creatività, innovazione e cura del dettaglio**. Negli anni si sono avviate iniziative e collaborazioni. Pensiamo a **“Strade stellate”**, ovvero il format promosso da **Alfa Romeo** che nel 2017 e nel 2018, in collaborazione con Salotti del Gusto, ha portato i clienti alla scoperta delle ville settecentesche della penisola e dei sapori mediterranei sotto la guida di chef stellati del calibro di **Enrico Bartolini** - l'unico cuoco nella storia della Guida



Michelin ad aver conquistato quattro Stelle in un sol colpo - e **Italo Bassi**, del Confusion Restaurant di Porto Cervo.

Dal 2015 il pluristellato chef **Massimo Bottura** è testimonial di **Maserati**, marchio con il quale condivide la stessa visione: guardare a un passato straordinario in chiave critica e mai nostalgica. «Cerchiamo di farlo rivivere e portarlo nel futuro, perché siamo italiani». Con Maserati Levante, poi, c'è un amore particolare: per il

Massimo Bottura accanto alla Maserati Levante per lui customizzata. Sotto, Cristina Bowerman, che ha realizzato una presentazione "on the road" per Fiat Ducato, e Julien Dumas, ambasciatore di DS Automobiles



suo debutto, creò Riso Levante, un gioiello per i gourmet. «Me lo chiedono ancora: lo definisco un paesaggio masticabile, dedicato in questo caso al Garda. Lo realizzo con pesce persico del lago e una salsa di arancia e bergamotto, finito con uno spruzzo di essenza al limone e vaniglia. Profumato e delicato».

E sempre Massimo Bottura è stato chiamato da John Elkann alla guida del **Cavallino**, lo storico ristorante di Maranello, che è stato riaperto nel giugno 2022, dopo una lunga ristrutturazione. Le chiavi della cucina sono state affidate a lui, che è modenese, ma soprattutto uno dei migliori chef del mondo. Basti dire che il suo ristorante Osteria Francescana ha da quasi un decennio tre stelle Michelin - il più ambito riconoscimento gastronomico internazionale - e ha capeggiato per due volte, nel 2016 e nel 2018, la prestigiosa lista dei The World's 50 Best Restaurants. Certo, la cucina del Cavallino non ha nulla da spartire - per fortuna, neppure i prezzi - con quella raffinata e complessa della casa madre di Modena, ma la supervisione di Bottura è garanzia di alta qualità, testimoniata anche dal fatto che il cuoco del locale di Maranello è **Riccardo Forapani**, per 13 anni al suo fianco all'Osteria Francescana. A conferma dello sposalizio tra **Maserati** e la cucina di altissimo livello come non citare poi la collaborazione tra il Marchio e **Massimo Alajmo**, lo chef più giovane della storia ad aver ottenuto le tre stelle Michelin, dalla quale

è nata la nuova Maserati fuoriserie by Massimo Alajmo, una Levante Trofeo completamente customizzata sui desiderata dello chef: nero e oro. Due colori che rappresentano molto per lui, da sempre affascinato dall'utilizzo in cucina della liquirizia e delle foglie d'oro.

Da Maserati a **Fiat Professional**. Per presentare le caratteristiche di Ducato che da 40 anni accompagna il lavoro di imprese, professionisti e artigiani, il Marchio ha scelto **Cristina Bowerman**, chef stellata tra le più affermate a livello internazionale. Si è imposta con il Glass Hostaria di Roma, nel cuore di Trastevere, luogo di ricerca trasversale, contaminazione e coraggio, dove Cristina ha ribaltato gli schemi. Fiat Professional e la chef hanno realizzato per Ducato una presentazione "on the road".

René Schudel, rockstar della scena gastronomica svizzera, è invece ambasciatore del marchio **Jeep** da giugno 2018. Il cuoco dell'Oberland bernese ha effettuato la sua prima uscita per conto del marchio americano il 21 giugno 2018 sul Circuito di Balocco, con un entusiasmante "cooking show" per gli ospiti presenti ai test drive delle nuove Renegade 2019 e Grand Cherokee Trackhawk.

Anche per **DS Automobiles** l'alta cucina è uno degli elementi chiave per rappresentare il nuovo posizionamento del Marchio legato alla French art of travel. A febbraio di quest'anno, lo chef stellato **Julien Dumas**, che lavora per il ristorante Bellefeuille nell'hotel Saint James di Parigi, è stato nominato da DS Automobiles suo ambasciatore in cucina. Nel 2010, il pasto gourmet francese è stato registrato come patrimonio culturale immateriale dall'UNESCO. Espressione di arte e raffinatezza, allo stesso modo della cultura e della moda, l'alta gastronomia è dunque uno dei simboli dello stile di vita d'oltralpe e rappresenta un territorio in linea con il Brand di Stellantis che, attraverso la collaborazione con Dumas, realizzerà progetti esclusivi all'insegna di motori&cucina. ■



la professionalità nell'ottica al tuo servizio

OTTICA - LENTI A CONTATTO - ORTOCHERATOLOGIA
IPOVISIONE - VIDEOINGRANDITORI
PER GRAVI DEFICIT VISIVI



Rivolgiti a noi per effettuare: - Visite optometriche - Visite posturali - Visite per ipovisione

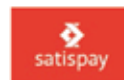
CONVENZIONE STUDIATA PER SOCI UGAF E FAMILIARI

SCONTO 20% SU OCCHIALI DA VISTA E SOLE

Via Tunisi, 118 - Torino - tel. 011 3190228 - www.opto-vision.it - info@opto-vision.it

 **Ottica opto-vision**  **ottica_optovision**

 **Previmedical**
Servizi per la Sanità Integrativa





PROFESSIONE PILOTA

Nella sua carriera Jean-Éric Vergne ha corso su tutti i circuiti del mondo partendo dai kart per arrivare alla Formula 1, ma è con la Formula E che ha riscosso i successi più importanti vincendo per due volte il titolo. *Illustrato* UGAF lo ha intervistato dopo la vittoria in India

di Nicola Grande



Cos'è la Formula E

È il 2011 e, come spesso avviene per le grandi rivoluzioni, l'idea di creare un campionato per sole auto elettriche nasce a tavola. È durante una cena a Parigi, infatti, che Jean Todt, presidente della FIA (Federazione Internazionale dell'Automobile) lancia l'idea di un campionato riservato a vetture alimentate solo ed esclusivamente da un motore elettrico da disputarsi sulle strade di metropoli come New York, Hong Kong, Parigi e Roma. Una formula innovativa per promuovere anche in ambito sportivo la diffusione e lo sviluppo delle energie alternative. L'idea piace subito alla FIA che in tempi record stila il primo regolamento. Dopo soli tre anni, in occasione del GP di Pechino nel 2014, il FIA Formula E Championship diventa una splendida realtà.

La formula all'inizio prevedeva la sostituzione della vettura in gara in quanto le batterie adottate all'epoca non erano molto performanti. Problema risolto alla quinta stagione, con l'arrivo di un pacco batterie in grado di permettere alle vetture di finire la gara senza interruzioni. Ora siamo arrivati alla terza generazione delle monoposto, chiamate Gen3: sono capaci di raggiungere una velocità massima di 322 km/h grazie a una potenza complessiva di 350 kW (475 CV), vale a dire 100 kW in più rispetto a quelle delle passate stagioni, garantita da due motori e da batterie più performanti. Le migliorie sono legate anche al sistema di rigenerazione che, utilizzando esclusivamente il recupero di energia in frenata, permette di guadagnare il 40 per cento di elettricità in più per la gara. Le nuove monoposto sono anche più sostenibili, grazie all'utilizzo di materiali riciclati per la carrozzeria e gli pneumatici. Negli anni la Formula E è diventata un'occasione molto sfidante per le Case Automobilistiche coinvolte che possono testare sul campo soluzioni tecnologiche rilevanti utilizzate poi sulle vetture di serie.

Jean-Éric Vergne nasce 33 anni fa a Pontoise, a pochi passi da Parigi, e sin da giovanissimo capisce che la sua passione sono i motori. A 11 anni inizia a correre nei kart e appena tre anni dopo diventa vicecampione francese. Da allora la sua carriera è inarrestabile e brucia tutte le tappe. Il giovane pilota passa velocemente dalla **Formula Renault** alla **Formula 3** transitando anche nella **GP3 Series** e nella **Le Mans Series** per arrivare a correre per tre anni in **Formula 1**, con la Toro Rosso. Nel 2014 diventa collaudatore Ferrari per testare la F14 da Formula 1. È però alla fine di quell'anno che la sua vita "si elettrizza". **L'ABB FIA Formu-**



la E World Championship è appena nato e Jean-Éric viene chiamato dal Team Andretti per correre con le monoposto elettriche. Una nuova occasione per mettersi in gioco. Nella stagione successiva viene ingaggiato dal team DS Virgin Racing, e **dal 2018 è il pilota di punta di DS** prima con il team Techeetah alla guida della Spark - DS E Tense con la quale si aggiudica **il titolo nelle stagioni 2017-18 e 2018-19**, e da quest'anno con il team DS Penske con la nuova Spark - DS E-Tense FE23 Gen3. Abbiamo raggiunto Jean-Éric Vergne dopo la vittoria in India per un commento sulla stagione e per parlare della sua attività sportiva.

L'inizio della stagione è stato un po' complicato, ma in India sei riuscito a tornare a vincere. Cosa è cambiato?

«Quella in India è stata una bella vittoria che

arriva dopo un inizio di stagione complicato perché non avevamo le performance che ci aspettavamo, ma abbiamo lavorato duramente per risolvere i problemi. Quando vedi che i risultati non arrivano è sempre dura ed è facile demoralizzarsi, ma il team ha reagito molto bene e sono state trovate soluzioni in tempi rapidi. Per la tappa in India gli ingegneri, i meccanici ed io abbiamo cercato di ottenere il massimo possibile dalla vettura per la gara e i risultati sono arrivati. Ci siamo qualificati bene, con un secondo posto a pochi centesimi dalla pole e alla fine abbiamo vinto, anche se ci sono stati ancora dei problemi sui freni».

Una vittoria che nell'ultimo giro è stata giocata con appena l'1 per cento di energia disponibile...

«È uno stile di guida al quale sono abituato. Finisco sempre le gare con quasi lo zero per cento nelle batterie perché penso che se finisco la gara con un margine a disposizione allora vuol dire che non ho dato il massimo, non ho sfruttato appieno le potenzialità della vettura e che avrei potuto girare ancora più velocemente».

In cosa differiscono le nuove Gen3 dalle Gen2?

«Le nuove auto vanno più veloci sui rettilinei, ma più piano nelle curve perché hanno meno grip. Inoltre, secondo me, l'aerodinamica delle nuove monoposto non è così performante, perché le appendici presenti non ottimizzano

II DS PENSKE Formula E Team

Le prossime quattro stagioni del Campionato mondiale ABB FIA Formula E avranno i riflettori puntati sul DS PENSKE Formula E Team. La novità, infatti, è proprio la partnership fra DS Automobiles e un nome molto conosciuto nell'ambiente, appunto PENSKE AUTOSPORT. Il nuovo sodalizio è stato suggellato dall'ingaggio di Stoffel Vandoorne, attuale campione in carica, che si affianca a Jean-Éric Vergne.

i flussi d'aria e questo peggiora l'effetto "scia" in gara, quando le auto sfruttano il carico aerodinamico e le turbolenze delle vetture che le precedono economizzando il dispendio di energia. E quest'anno questo effetto è ancora più importante rispetto agli anni passati. Si dovrà lavorare per creare un kit aerodinamico più efficace per la prossima stagione».

Come ti stai preparando fisicamente e mentalmente?

«Ho lavorato molto per la mia preparazione fisica sin da agosto, dopo l'ultima gara in Corea. Ho fatto quattro mesi di allenamento intenso, perché durante la stagione è più complicato farlo, e poi mi limito a mantenere la forma fisica acquisita durante lo stop del campionato. Contemporaneamente mi preparo mentalmente con il supporto di un coach. Questo permette di avere un approccio diverso e più focalizzato per tutta la stagione. Il fisico è più importante per quegli sport che si corrono tutti i weekend, mentre per gestire al meglio un campionato lungo come la Formula E c'è bisogno di avere un approccio mentale che ti permetta di controllare lo stress. Secondo me è l'aspetto più importante per uno sportivo».

In questi anni come si è sviluppato il tuo rapporto con il team DS?

C'è un ottimo rapporto. È da molti anni che lavoro con la stessa équipe di ingegneri e sono un po' come la mia famiglia. Abbiamo vissuto insieme tutti gli sviluppi della Formula E per cui mi conoscono molto bene così come io conosco ognuno di loro. La comunicazione fra di noi è ottima: penso sia difficile trovare di meglio».

Quali sono le sensazioni che si provano nel guidare un'auto che non fa rumore?

«Diciamo che ci si abitua al silenzio, anche se, la prima volta che sono salito su una Formula E, è stato strano perché ti rendi conto che molti aspetti della guida sono legati al suono e presti più attenzione ad altri fattori. Per esempio nelle accelerazioni si sovraccaricano i muscoli del collo e in un'auto normale ti prepari sentendo il motore, mentre su una elettrica devi individuare altri parametri. Adesso senti altre cose come il vento, che sulle monoposto tradizionali non è percepibile a causa del rumore. È divertente e strano allo stesso tempo».

Sei ambassador DS Automobiles, che auto guidi nella tua vita privata?

«Sono molto contento di avere una DS4 e una DS7 che mi accompagnano nei miei spostamenti». ■



UNO DI NOI

Compie quarant'anni l'auto che rivoluzionò il mercato delle utilitarie con quasi nove milioni di esemplari venduti in tutto il mondo

di Nicola Grande

Quarant'anni quest'anno e un posto nella storia. Fiat Uno è l'auto dei record. Fra tutti basta citarne uno: oltre **nove milioni di esemplari** venduti dal 1983 al 1995. Una cifra impressionante che la posiziona come la **nona auto più venduta di sempre**. Ma i primati non si fermano solo ai numeri. Questo modello, infatti, ha letteralmente rivoluzionato il mercato con soluzioni innovative per l'epoca, soprattutto se si considera che ha sostituito la mitica Fiat 127 rendendola immediatamente obsoleta dopo dodici anni di onorato servizio. Il suo progetto nasce dalla matita di **Giorgetto Giugiaro** e viene presentato al mondo nello scenografico e spettacolare palcoscenico di **Cape Canaveral**, negli USA, con il sottile scopo di dimostrare che la **tecnologia** e il **futuro si identificano con la nuova Uno**. Un'auto frutto di un investimento di circa mille miliardi di Lire, utilizzati anche per realizzare moderne linee di produzione robotizzate negli stabilimenti di **Rivalta e Mirafiori**. Un lancio davvero "spaziale", se così si può dire, che coglie subito nel segno.

LA COMUNICAZIONE AL CENTRO DELLA STRATEGIA

Per promuovere la Uno, i vertici Fiat scelgono un **linguaggio di forte impatto**: vengono coniatati termini ad hoc immediatamente riconoscibili e dall'effetto **"tormentone"**, esaltati dai fumetti di **Giorgio Forattini**. Così la Uno,



identificata con un simpatico elefantino, diventa **"comodosa"**, **"risparmiosa"**, **"scattosa"** e **"sciccosa"**. Una comunicazione divertente, fantasiosa, capace di raccontare il modello in modo nuovo e di colpire, farsi ricordare bene. Anche per merito di questa sua forte carica empatica, la Uno riesce a conquistare un pubblico estremamente eterogeneo, dimostrandosi democraticamente **adatta a tutti gli stili di vita e a tutte le classi sociali**.

LA PRESENTAZIONE A CAPE CANAVERAL

È la mattina del **18 gennaio 1983**, e l'ingegner **Vittorio Ghidella**, amministratore delegato di Fiat Auto, presenta la Uno a una platea di **700 giornalisti di tutto il mondo** riuniti nel Salone dei congressi dell'Holiday Inn, il più grande complesso alberghiero di **Orlando** (Florida) a 64 chilometri da Cape Canaveral. C'è anche **Paolo Scolari** direttore della Progettazione di Fiat Auto. Alle loro spalle, su un grande schermo, sono proiettate le immagini della nuova creatura Fiat «simbolo, segno concreto, tangibile - come sottolinea Ghidella - di un momento storico della Fiat Auto che si chiude e di un altro che incomincia». «La Fiat Uno, che presentiamo in apertura di questo 1983, è molto di più di un nuovo modello - dice Ghidella -. La Fiat Uno è una nuova classe di vetture, che trasferisce ad una "1000" contenuti, in termini di

La Uno ha segnato la storia di Fiat. Un modello particolarmente amato e apprezzato per le sue soluzioni tecniche e la sua linea unica e inconfondibile



La più ambita Fiat Uno Turbo i.e.

A due anni dalla presentazione del modello, debutta la versione più pepata, la **Fiat Uno Turbo i.e.** (iniezione elettronica), con motore da 1301 cm³ sul quale viene montato un monoblocco specifico con testata rivista per sopportare l'aumento di potenza che arriva a 105 CV a 5750 giri/minuto. È dotata di un turbocompressore capace di farla volare a oltre 200 km/h anche grazie a un peso contenuto di soli 850 kg. Una **versione che diventa subito ambitissima**, non solo dai giovani. Rimane in produzione fino al 1993 e oggi è ricercata dai collezionisti di tutto il mondo. Nel **1989** arriva la seconda serie, con motore da 1372 cm³ in grado di sviluppare 116 CV per 205 km di velocità massima. Esteticamente scompare il portellone in resina con spoiler integrato della prima serie: da un lato si guadagna in eleganza, dall'altra si perde un pizzico del fascino racing che ancora oggi sa fare innamorare molti appassionati.



prestazioni, confort, brillantezza di guida ed abitabilità, propri di auto di classe decisamente superiore». E aggiunge: «Abbiamo destinato, dal 1980 al 1985, mille miliardi di Lire l'anno in sistemi di produzione. La Fiat Uno, insomma, nasce dentro uno scenario di ritrovata fiducia. Ritengo di potere considerare la Fiat Uno un'ipotesi di spinta, di stimolo anche per l'evoluzione del "sistema Italia". La Fiat Uno è la concreta dimostrazione dell'attitudine dell'auto ad adeguarsi con prontezza ad esigenze sempre più mutevoli e che sempre di più privilegiano il contenimento del consumo di carburante e dei costi di gestione». ■



SUPERCAR IN MINIATURA

Anche se il tempo vola, le cose belle dal cuore non vanno mai via. L'Alfa Romeo 4C questo mese compie dieci anni e rimarrà sempre tra le auto più affascinanti, capaci di suscitare emozioni travolgenti

di Carola Popaiz

Da un'idea unica che ha riunito le capacità progettuali di **Alfa Romeo** a quelle produttive di Maserati, nel **2013** è nata la 4C, una supercar compatta a due posti secchi derivata direttamente dal **concept** del 2011 e sviluppata in appena 24 mesi per il debutto mondiale all'83esimo Salone Internazionale di Ginevra. Alla presentazione, il Marchio ne dichiara l'essenza: creare **bellezza** funzionale al servizio di una **meccanica estrema**.

Bassissima, a **trazione** rigorosamente **posteriore**, con un motore **4 cilindri turbo a iniezione diretta** benzina da **1750 cc** e variatore di fase (lo stesso della Giulietta

Quadrifoglio Verde, ma completamente in alluminio) collocato in posizione posteriore-centrale, sviluppa **240 cavalli**. Il cambio è a doppia frizione e sei rapporti con "launch control" e palette al volante. L'utilizzo di materiali superleggeri di nuova generazione assicura la stessa rigidità torsionale delle vetture da competizione. Il telaio, in **fibra di carbonio**, pesa solo 65 chilogrammi ed è progettato da Dallara. Il resto, oltre al motore, è in **alluminio**, come i tralicci anteriori e posteriori che reggono la scocca e la gabbia rinforzata del tetto. E poi ci sono leghe speciali e acciaio. Per un totale di peso a secco di appena **895 chili**.



ESSENZIALE E RACING

L'Alfa Romeo 4C manda in giubilo tantissimi appassionati del Marchio in tutto il mondo, perché le sue **linee affascinanti**, abbinate alla potenza, rievocano i tratti della migliore tradizione sportiva del Biscione. E, infatti, a Ginevra il responsabile del brand dell'area EMEA non esita a dichiarare che «la vettura rappresenta l'**eredità della 33 Stradale**, la più bella coupé di tutti i tempi. La 4C non segna le strade. Le traccia».

Lunga poco meno di **quattro metri**, larga due e alta 1 e 18 centimetri, ha un passo inferiore ai 2,4 metri. L'abitacolo è volutamente spartano: **sedili racing** avvolgenti, volante supersportivo, **pedaliera in alluminio**. Tutte le informazioni necessarie sono contenute nel display digitale. Non parliamo del **rombo**: una melodia che fa innamorare. Per portarla al limite servono «manico» ed esperienza, soprattutto se si escludono i controlli elettronici, come si conviene a una sportiva di rango. Ma questo piace assai.

LE PAROLE DEL SUO «PAPÀ»

Il design è del **Centro Stile Alfa Romeo**, che l'ha modellata per «sottrazione», togliendo tutti gli orpelli «gratuiti». **Alessandro Maccolini**, a capo del team che l'ha creata a partire dal concept, in numerose interviste dichiara che «dopo il Salone del 2011, la vettura è stata completamente rivista, cercando di mante-

nere lo **stile del concept**, ma eliminando ogni elemento non strettamente funzionale. Al tempo stesso, però, abbiamo dato alla nostra creatura un **vestito elegante** e un **carattere** decisamente grintoso. **Italiano** e **Alfa Romeo**. Se per il layout ci siamo riferiti alla 33 Stradale, per lo stile abbiamo guardato al **fascino della 8C Competizione**. Ma nella 4C c'è anche un po' di **Mito** e di **Giulietta**». Insomma, dentro a questa supercar c'è la storia di Alfa Romeo. Prosegue Maccolini: «Per capire la sua genesi dobbiamo tornare agli anni Duemila. L'allora responsabile del Centro Stile Wolfgang Egger voleva rimettere mano agli **elementi distintivi del Marchio**, creando una granturismo che diventasse fonte di ispirazione per le future generazioni di automobili. Nel 2003 nasce la 8C Competizione, che prende elementi dalla **Disco Volante**, dalla **Giulia SS** e dalla **Giulietta Sprint**. Vengono creati così due capisaldi: il **trilobo**, composto dallo scudetto centrale e dalle prese d'aria ai lati e l'attenzione alle **proporzioni**, all'armonia». Poi, appunto, arriva la 4C, sintesi perfetta del concetto di **auto sportiva, ma democratica**, dal momento che al lancio costa poco più di 50 mila euro. Nel 2014 nasce la **Spider**, che esalta ancor di più il suo essere sportiva nuda e pura. Della coupé, naturalmente, riprende lo stile e le caratteristiche tecniche: super leggera e veloce, senza lo sterzo servoassistito, divertente da guidare. ■

Una “Panchina rossa” per dire no alla violenza sulle donne

L'8 marzo, in occasione, della Giornata Internazionale della Donna, Iveco Group ha avviato una nuova importante iniziativa: una **“Panchina Rossa”** in ogni sito. Quest'ultima è il simbolo internazionale che sensibilizza sulla necessità di **prevenire la violenza contro le donne**, rappresentando lo spazio vuoto lasciato dalle vittime. Per ricordare con forza l'impegno di Iveco Group a ridurre le disuguaglianze, sostenere la diversità e proteggere le persone in situazioni di vulnerabilità, colleghe e colleghi in **15 sedi di tutto il mondo** hanno installato in luoghi ben visibili e, insieme, dipinto di rosso le loro panchine, e altre seguiranno.

La violenza contro le donne è una delle violazioni dei diritti umani più diffuse nella società contemporanea e, in occasione della Giornata Internazionale loro dedicata, in linea con uno dei valori aziendali - “facciamo ciò che è giusto” - Iveco Group ha voluto confermare l'impegno a sostenere progetti che aiutino le donne in situazioni di vulnerabilità.

Un coinvolgimento che non si ferma solo ai simboli, ma si fa anche concreto. A partire **dal 2022**, infatti, **Iveco Group collabora con ActionAid**, un'organizzazione mondiale no-profit che promuove iniziative contro gli stereotipi di genere, si occupa dei diritti delle donne e le aiuta in situazioni di difficoltà. Con il **progetto “WeGo!”** l'azienda ha contribuito ad aiutare 180 di esse a raggiungere l'indipendenza socio-economica, mentre con il **progetto “Youth For Love”** sta sostenendo un programma educativo per combattere l'odio e il bullismo tra gli adolescenti, coinvolgendo oltre un milione di persone con attività digitali e campagne social.

La collaborazione con ActionAid e il coinvolgimento nelle loro iniziative sottolineano l'impegno aziendale costante nel garantire un **ambiente inclusivo, equo e impegnato**, per colleghe e colleghi e per le comunità in cui il Gruppo opera.



Dati positivi per l'Anno 1

Iveco Group ha conseguito **risultati solidi e positivi nell'Anno 1, quello della Fondazione**, i suoi primi dodici mesi come azienda indipendente. Durante il 2022 il Gruppo si è mosso a un ritmo sostenuto, nonostante tutte le sfide impreviste che ha dovuto affrontare lungo il percorso: problemi nella catena logistico-produttiva con conseguente carenza di vari componenti, rialzo dei prezzi dell'energia e delle materie prime, il perdurare del conflitto in Ucraina. Trimestre dopo trimestre, Iveco Group ha dimostrato di saper combattere con umiltà e di saper creare, unito da un **fortissimo spirito di squadra. I dati positivi dei ricavi** per il 2022 testimoniano una sostanziale espansione del business, mentre l'aumento dell'EBIT adjusted è una conferma della **capacità di operare anche su prezzi e servizi**. Ancora più rilevante è stata l'infaticabile concentrazione sulla generazione di cassa, che ha consentito di dimostrare che Iveco Group è **un'azienda sana e redditizia**.

Dopo questo Anno 1, adesso Iveco Group è pronto per l'Anno 2, quello della Trasformazione, in cui dimostrerà di essere un **Gruppo in crescita**, proiettato verso il raggiungimento di un livello superiore. Nel 2023, infatti continueranno i progressi con i partner, attuali e nuovi. Continuerà lo sviluppo delle joint-venture con Nikola nell'ambito dei veicoli pesanti sostenibili, mentre dalla partnership con Hyundai ci si attendono novità per l'eDAILY a idrogeno, e non solo. Dal punto di vista commerciale, IVECO BUS espanderà ulteriormente il business nel settore del trasporto passeggeri, grazie anche al nuovo stabilimento di Foggia, inaugurato il 18 aprile. Anche Powertrain ha iniziato una progressiva crescita del business con l'acquisizione di nuovi clienti e l'espansione della sua presenza sul mercato grazie al motore multi-carburante Cursor XC13. E il 2023 sarà cruciale per l'offerta di servizi finanziari, incentrata su GATE, il servizio di noleggio all-inclusive pay-per-use riservato ai veicoli elettrici.

Ha così commentato i risultati **Gerrit Marx**, Chief Executive Officer di Iveco Group: «Abbiamo chiuso il primo anno come società quotata indipendente dimostrando che la squadra di Iveco Group sa lavorare fianco a fianco, affrontando sfide senza precedenti per conseguire **risultati solidi in tutti i segmenti di business**. I numeri del 2022 riflettono la nostra attenzione al rispetto degli impegni presi e alla generazione di cassa: il nostro EBIT adjusted consolidato è stato di 527 milioni di euro e il free cash flow delle Attività Industriali è stato positivo

per 690 milioni di euro. Questo pone le basi per il secondo anno e rafforza il nostro impegno per la trasformazione continua dell'organizzazione, mentre **proseguiremo a contrastare i fattori critici a livello geopolitico e nella catena logistico-produttiva**. Raddoppieremo i nostri sforzi per creare **nuove partnership**, mantenere il trend positivo nei camion medi e pesanti, accelerare nelle linee dei veicoli commerciali leggeri dove siamo più forti, consolidare la nostra posizione di **leader nel mercato degli autobus**, in particolare nella gamma elettrica, far crescere le nostre attività motoristiche trimestre dopo trimestre e continuare a innovare l'offerta di servizi finanziari che gravita attorno a GATE (Green and Advanced Transport Ecosystem). Raggiungeremo questi obiettivi grazie ai **passi avanti in ambito tecnologico** e a **partner forti e leali**, allineati con il nostro fermo impegno a progredire verso una società più sostenibile».

RICAVI CONSOLIDATI

€ 14.357 MLN + 13,5%

RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

EBIT ADJUSTED
DELLE ATTIVITÀ INDUSTRIALI

€ 424 MLN + € 122 MLN

RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

FREE CASH FLOW
DELLE ATTIVITÀ INDUSTRIALI:

€ 690 MLN + € 815 MLN

RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

Un anniversario che insegna

Lo stabilimento Steyr di St. Valentin compie 75 anni. È un esempio in cui tradizione, innovazione ed esperienza sul campo sono stati chiave di successo a lungo termine. Da anni promuove con buoni risultati un programma di apprendistato teorico e pratico

Lo stabilimento di CNH Industrial di St. Valentin, in Austria, ha festeggiato nel 2022 il 75° anniversario dalla sua fondazione, avvenuta nel 1947 ad opera di Leopold Haider, un contadino di Steinbach/Steyr che con la sua idea cambiò sicuramente la vita di migliaia di contadini.

Dal 1996 a oggi, in questo luogo storico, vengono prodotti i trattori dei brand Case IH e Steyr di CNH Industrial.

A St. Valentin circa 860 lavoratori provenienti da 18 paesi. Il sito copre una superficie di circa 170 mila m² e produce circa 10 mila trattori l'anno in 24 linee di prodotti comprendenti 98 modelli. La struttura serve clienti in 34 paesi e riunisce 14.500 componenti di oltre 420 fornitori globali.

Il brand Steyr in particolare rappresenta motivo di **grande orgoglio per l'Austria**, tanto che, per celebrare i 75 anni di presenza sul territorio, nel 2022 i festeggiamenti si sono protratti per una settimana intera, durante la quale sono state organizzate attività di intrattenimento per le famiglie e i curiosi, oltre a una serie di importanti appuntamenti commerciali per i clienti e i concessionari. Con la loro livrea rossa e bianco-argento, i trattori Steyr sono immediatamente riconoscibili anche da lontano mentre sono al lavoro nei campi. Una vera e propria **istituzione storica** per i contadini locali tanto quanto fu Fiat Trattori per gli italiani.

Lo stabilimento di St. Valentin oltre a investire nella produzione di macchine agricole sempre più all'avanguardia e a ricoprire per questo un ruolo fondamentale per CNH Industrial in Europa, si è resa protagonista quest'anno di un altro fatto. Nell'aprile 2022, firmando un memorandum d'intesa con il governo austriaco riguardante la cooperazione per l'avanzamento dell'apprendistato, della carriera e dell'istruzione tecnica, lo stabilimento di St. Valentin è diventato un esempio concreto di successo che combina lo studio in aula con la pratica tecnica in un ambiente aziendale per far fronte alla carenza di personale qualificato. Tutto ciò ha attirato l'attenzione di una **delegazione dell'attuale governo degli Stati Uniti d'America** composta dal Segretario del Lavoro Martin J. Walsh, insieme all'Ambasciatrice americana in Austria, Victoria Reggie Kennedy, che il 19 gennaio scorso hanno visitato lo stabilimento.

Il segretario Walsh, nominato nel marzo 2021, convinto promotore di valori quali uguaglianza e giustizia, guida il



Dipartimento del lavoro degli Stati Uniti coltivando una forte connessione con i lavoratori e fondando la sua politica sull'impegno a creare un'economia che funzioni per tutti. L'ambasciatrice Kennedy ha prestato giuramento nel novembre 2021 e l'obiettivo del suo mandato è quello di rafforzare le relazioni transatlantiche a livello diplomatico, culturale e commerciale.

La delegazione ha parlato a lungo con un gruppo di dipendenti che partecipano al programma di apprendistato nello stabilimento e il segretario Walsh ha detto che il sistema di istruzione austriaco è un modello altamente efficace per fornire più opportunità ai giovani di affacciarsi al mondo del lavoro, forti di competenze consolidate sul campo.

«La visita del Segretario Walsh - ha affermato Mirco Romagnoli, Vice President Case IH & STEYR, Europa - testimonia il profilo internazionale dei nostri marchi e la qualità che rappresentano, non solo in termini di prodotti, ma anche di opportunità offerte per lo sviluppo professionale continuativo. Inoltre, questa visita riconosce la **nostra azienda come uno dei migliori datori di lavoro in Austria**».

Hannes Woegerbauer, Plant Manager di St. Valentin, ha evidenziato i maggiori punti di forza del sito: l'adattabilità dei suoi dipendenti e la grande flessibilità dei processi di montaggio. «La nostra forza lavoro altamente qualificata, combinata con la nostra linea di assemblaggio flessibile, ci permette di produrre una vasta gamma di modelli di trattori - ha affermato -. Un'alta percentuale dei nostri dipendenti sono anche agricoltori part-time, quindi sanno esattamente di cosa hanno bisogno i nostri clienti».



Qui di fianco alcuni momenti dei festeggiamenti per il 75° anniversario dello stabilimento di St. Valentin, in Austria. Sotto, il CEO Scott Wine in visita nello stabilimento di Modena e nel centro R&S di San Matteo



Ospiti speciali a Modena e San Matteo

Scott Wine, CEO di CNH Industrial, insieme a Derek Neilson, Presidente del segmento Agricoltura, Tom Verbaeten responsabile globale per la Supply Chain e Carlo Lambro Presidente del brand New Holland, hanno visitato due aree di vitale importanza per l'azienda: **lo stabilimento produttivo di Modena**, in cui è integrato il deposito logistico, e **il centro R&S di San Matteo**. Quest'ultimo, in particolare, ha assunto un ruolo ancora più importante a seguito della realizzazione e inaugurazione del primo simulatore dinamico del settore agricolo, che va a coronare l'eccellente lavoro di ricerca già portato avanti a San Matteo in ambito di elettrificazione dei trattori.



Illustrato UGAF è condivisione

Ha riscosso grande successo la poesia "Oltre la Terza età" di Remo Bianco che abbiamo pubblicato sullo scorso numero di illustrato UGAF. E alcuni Soci hanno sentito la necessità di condividere le loro reazioni.

Scriva Margherita Rubatto, firmandosi "Una ex impiegata FIAT 91enne": "Grazie e complimenti al Signor Remo Bianco per la poesia. Rispecchia proprio lo stato d'animo di quelli che hanno raggiunto la terza età ma anche di coloro che sono ormai nella quarta (come me). Sarei contenta di leggere ancora i suoi pensieri".

Pieno consenso anche da parte di Giuseppe Baldi: "Versi davvero toccanti, una piena e completa visione del trascorrere di una vita con tutte le sue 'sfaccettature', davvero una bella composizione che sottoscrivo in toto. Mi permetterei solo di aggiungere in calce anche un pensiero, un ringraziamento all'Autore della Vita senza il quale non avremmo nulla di quanto proviamo nella nostra esistenza: gioie, affetti, bene, salute, successi e, purtroppo anche affanni, momenti tristi ed entusiasmati, malattie, da mettere in conto ma, soprattutto la gioia di vivere il più a lungo possibile questa esperienza che ci viene donata".

Bei momenti insieme

Vi invio una foto di mio padre (ora 86 anni) che mi piacerebbe vedere pubblicata. Si tratta di una delle tante cene di Natale fatte tra colleghi FIAT della Teksid, dove il buon vino e le risate non mancavano mai. Questa risale al 1967. Qualcuno dei Soci si riconosce?

**Michele Di Sano,
UGAF Nichelino**



Genitori esemplari

Mi fa piacere condividere con voi la gioia per l'anniversario dei 50 anni di matrimonio di papà Francesco Deligia e mamma Anna Circhetta che abbiamo festeggiato il 22 aprile. Si sono conosciuti lavorando nello stabilimento Fiat di Torino in Lungo Stura Lazio. Una vita insieme fatta di lavoro, sacrifici e tanto

amore per noi figli Paola e Gianni, per i nostri compagni Enrico e Alessandra e per la piccola Giada. A loro vogliamo dire grazie per tutto ciò che ci hanno insegnato e per la vita meravigliosa che ci hanno regalato.

Paola Deligia



Gemelli in tutto

Tantissimi auguri a due "ragazzini" che il 24 maggio compiono 87 anni... mamma e papà, Renata e Pino Chiarulli (anziano Fiat), nati lo stesso giorno mese e anno: gemelli in tutto! Vi vogliamo bene



Cristina, Samuele e Denis

Doppio traguardo



Al nostro socio Agostino Toppia di Trofarello (TO), che ha raggiunto 90 anni d'età e 66 di matrimonio, e alla sua Signora, tutti noi porgiamo i più sinceri auguri

**Gruppo 10
Enti Centrali**

Due gioielli

Paola Bosco è dipendente Stellantis e, attraverso *illustrato* UGAF, desidera congratularsi con i genitori, il Socio Osvaldo Bosco e Luciana Modenese, che il 27 aprile hanno festeggiato 60 anni di matrimonio: "Cari papà e mamma, auguri per le nozze di diamante: brillanti, gioiose e preziose come voi"

Paola, Vittorio e Laura



Invitiamo i lettori a essere concisi e a trattare argomenti di interesse generale.

Le lettere devono essere firmate. A richiesta potrà essere omissis il nome del mittente.

illustrato UGAF - SATIZ TPM, C.so E. Tazzoli 215/12B, 10137 Torino - illustrato@satiztpm.it

CITROËN



C3

La vita è più bella a colori



97 combinazioni di colore
Sedili Advanced Comfort

PARTI SUBITO CON I VANTAGGI
CITROËN DI MAGGIO
DA **120€/MESE***

Valutazione media 5/5



citroen-advisor.it

TI ASPETTIAMO NEI NOSTRI SHOWROOM

***CITROËN C3 YOU PURETECH 83CV - ANTICIPO 3.042€ - 120€/35 RATE - RATA FINALE 9.770€ TAN 6,99% - TAEG 9,26% - FINO AL 31 MAGGIO 2023.**

CITROËN PREFERENCE TotalEnergies Es. di finanziamento SIMPLYDRIVE su CITROËN C3 YOU PureTech 83cv: Prezzo di Listino 18.200€ (IVA e messa su strada include, IPT, kit sicurezza + contributo PFU e bollo su dichiarazione di conformità esclusi). Prezzo Promo 15.250€ (oppure 14.250€ oltre oneri finanziari, solo con finanziamento SIMPLYDRIVE). **Anticipo 3.042€. Importo Totale del Credito 11.208€. Importo Totale Dovuto 13.999€** composto da: Importo Totale del Credito, spese di istruttoria 395€, Interessi 2.241€, spese di incasso mensili 3,5€, imposta sostitutiva sul contratto da addebitare sulla prima rata di 29,01€. Tale importo è da restituirsi in n° 36 rate come segue: n° 35 rate da 120€ e una **Rata Finale Residua di 9.770€** (pari al Valore Garantito Futuro), incluse spese di incasso mensili di 3,5€. Spese invio rendiconto periodico cartaceo: 0€/anno. **TAN (fisso) 6,99%, TAEG 9,26%**. Solo in caso di restituzione e/o sostituzione del veicolo alla scadenza contrattualmente prevista, verrà addebitato un **costo pari a 0,1€/km** ove il veicolo abbia superato il **chilometraggio massimo di 30.000 km**. Offerta valida solo su clientela privata solo per contratti stipulati fino al 31 Maggio 2023, non cumulabile con altre iniziative in corso. Offerta Stellantis Financial Services Italia S.p.A. soggetta ad approvazione. Documentazione precontrattuale/assicurativa in concessionaria e sul sito www.stellantis-financial-services.it (Sez. Trasparenza). Immagini illustrative; caratteristiche/colori possono differire da quanto rappresentato. Messaggio pubblicitario, con finalità promozionale. Consumo di carburante gamma: (l/100 km): 4,003 - 5,827; emissioni CO₂ (g/km): 104,89 - 142,94. Valori omologati in base al ciclo misto WLTP, in base al quale i nuovi veicoli sono omologati dal 1° settembre 2018, aggiornati al mese di Marzo 2022, e indicati a fini comparativi. I valori effettivi di consumo di carburante e di emissioni di CO₂ possono essere diversi e possono variare a seconda delle condizioni di utilizzo e di vari fattori.



NUOVA ALFA ROMEO GIULIA SIMBIOSI PERFETTA

Le immagini hanno scopo puramente illustrativo. Le caratteristiche ed i colori possono differire da quanto rappresentato. Immagini scattate in area privata. Rispettare sempre le regole del Codice della Strada.



JOIN THE TRIBE

Consumo di carburante gamma Alfa Romeo Giulia benzina e diesel (l/100 km): 8,1 – 5,0; emissioni CO₂ (g/km): 183 – 130. Valori omologati in base al ciclo misto WLTP, aggiornati al 18/11/2022, e indicati a fini comparativi.