Venerdì 26 Aprile 2019
Nuova serie - Anno 28 - Numero 98 - Spedizione in A.P. art. 1 c.1 L. 46/04, DCB Milano
* *Offerta indivisibile con* Marketing Oggi (ItaliaOggi € *1,20* + Marketing Oggi € *0,80)*

Uk £ 1,40 - Ch fr. 3,50
Francia € 2,50 **€2,00***

GBSOFTWARE
SOFTWARE CONTABILI E FISCALI
NATI DA UNO STUDIO COMMERCIALE
RAPPORTO DIRETTO SENZA AGENTI
www.gbsoftware.it
06-97626328

Il sistema (e non solo M5s) ha deciso di colpire Siri perché senza di lui Salvini è destinato al k.o.

Tino Oldani a pag. 5

www.italiaoggi.it
ItaliaOggi
QUOTIDIANO ECONOMICO, GIURIDICO E POLITICO

INTEGRATO GB
GESTIONALE PER LO STUDIO
TUTTO INCLUSO da 96 €/mese
www.softwareintegrato.it
06-97626328
è un prodotto GBSOFTWARE

Risparmiatori, indennizzi ampi

La restituzione del denaro agli investitori coinvolti nei crac degli istituti di credito interesserà anche gli eredi, i familiari, i coniugi e i conviventi

La restituzione del denaro agli investitori coinvolti nei crac delle banche interesserà anche gli eredi e i familiari: coniuge, soggetto legato da unione civile, convivente more uxorio o di fatto, parenti entro il secondo grado che siano in possesso dei titoli a seguito di trasferimento per atto tra vivi. Si tratta di una delle novità contenute nel decreto Crescita che è stato appena approvato dal consiglio dei ministri.

Bartelli a pag. 24

DL SBLOCCACANTIERI

Ricorsi al Tar anche dopo l'aggiudicazione della gara

Bracci a pag. 25

DICHIARAZIONI

Iva, il 30 aprile il primo step Poi partirà la stagione dei ritocchi

Ricca a pag. 26

EFFETTO PAURA

Perché è aumentato il prezzo del petrolio

Lettieri e Raimondi a pag. 10

L'Ungheria è molto meno sovranista di quanto non lo sia la Francia che l'accusa di sovranismo

di PIERLUIGI MAGNASCHI

Fra un mese esatto si terranno elezioni per nominare i componenti del Parlamento europeo. Se si tiene presente che circa il 70% dell'attività legislativa italiana si limita a recepire le direttive europee (il nostro Parlamento quindi è ridotto alla funzione di un taglia-e-incolla) questo appuntamento dovrebbe essere al centro del dibattito politico che invece non esiste del tutto. Queste elezioni europee infatti si limitano alla scelta dei candidati alle elezioni (peraltro con lotte al coltello mascherate nel retrobottega delle varie segreterie politiche).

continua a pag. 6

SU UNA DELLE BOCCHE

Primo test per il Mose in difesa della Laguna

Merli a pag. 8

PIANO ACQUISTI

Tutte le spese faraoniche della Rai

Plazzotta a pag.17

ITALIA OGGI - 26 APRILE 2019

Il nuovo centro commerciale aprirà il 16 maggio nella capitale. Investimento da 80 mln

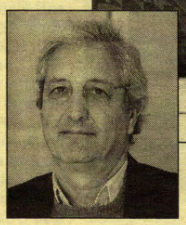
GranRoma, lo shopping è pronto

Dalla moda alla casa, un centinaio i brand coinvolti

DI GIANFRANCO FERRONI

Sono bastati 20 mesi per dar vita a un nuovo centro commerciale nella capitale, pronto per essere aperto il prossimo 16 maggio. Su *ItaliaOggi* del 28 ottobre 2017 era stato anticipato il progetto dell'a.d. del gruppo Fresia **Elia Federici**, che ha ideato, sviluppato e realizzato il centro GranRoma Gran Shopping, situato all'interno della tenuta della Mistica, storica località dedicata all'agricoltura e dove ora sorgono numerose iniziative rivolte al tempo libero, al sociale e all'ambiente.

Il rendering del centro commerciale GranRoma


Elia Federici

La riqualificazione della zona a est di Roma tra Grande raccordo anulare, Tor Vergata, Collatino e Casilino stava prendendo forma con un investimento di 80 milioni di euro da parte del gruppo Fresia. Raggiungibile attraverso la via Prenestina bis, all'interno del grande raccordo anulare, GranRoma ora è terminata e vanta una superficie di 40 mila metri quadrati sviluppandosi su tre livelli: un parcheggio seminterrato e due piani dedicati allo shopping e alla ristorazione. In tutto si contano 97 negozi dei settori dell'abbigliamento, dell'elettronica e dell'arredo per la casa. Qui Maison du Monde sarà il secondo punto vendita a Roma, e Zara potrà offrire ai propri clienti uno spazio ampio 2.500 mq. Altra presenza da segnalare, quella del supermercato Pam city, la nuova insegna del gruppo Pam visibile per la prima volta a GranRoma: un altro segnale di attenzione da parte della società veneta di grande distribuzione nei confronti della capitale, dove ha accompagnato, per ultimo, anche la nascita del centro commerciale Aura, a Valle Aurelia. Inseriti brand come Mediaworld, H&M, Scarpamondo, Cisalfa, Burger King, Caffè Vergnano.

A GranRoma, tra i ristoranti, è annunciato Calavera, nuovo concept di cucina messicana noto per il classico teschio di zucchero preparato per la tradizionale ricorrenza dei morti, e che sarà il secondo della città eterna. Per tutti gli appassionati della carne alla griglia, ecco la steakhouse specializzata, Roadhouse Grill, società del gruppo Cremonini, leader nel settore della produzione delle carni di qualità. Completa la struttura una terrazza panoramica di 350 mq al secondo livello del centro commerciale, che offre una vista unica sull'acquedotto Alessandrino, del III secolo d.C.

Da sottolineare che i brand coinvolti sono un centinaio, l'affluenza prevista è superiore ai 5 milioni di utenti all'anno, con Intesa Sanpaolo - Banca Imi finanziatori dell'operazione. General contractor Fil - Federici immobiliare lavori, con Foruminvest advisor nella commercializzazione del centro e asset manager, Sorensen Consulting co-commercializzatore del centro e Svicom property manager.

«Sono felice di inaugurare GranRoma, un progetto che si è concluso in tempi molto brevi, considerando che i lavori sono iniziati a settembre 2017», dichiara ora Federici, «a dimostrazione che a Roma le cose si possono realizzare, basta avere la giusta determinazione, un'organizzazione tecnica e amministrativa di alto livello e un sano spirito imprenditoriale. Ringrazio il municipio, l'amministrazione e le oltre 40 società che hanno partecipato alla realizzazione di GranRoma per il supporto. Sono convinto che Roma possa offrire oggi e in futuro grandi opportunità e che ci sia ancora molto da fare, anche per migliorare la qualità complessiva della città». Senza dimenticare che l'impegno è stato caratterizzato anche da 15 milioni di euro investiti per i lavori alle infrastrutture urbane, adiacenti la zona di GranRoma.

L'occupazione romana avrà un rilancio, grazie alla creazione di 500 nuovi posti di lavoro. Fresia ha prestato particolare attenzione a quest'ultimo aspetto e con il contributo di Intesa Sanpaolo ha coinvolto la fondazione "Generation Italy", per avviare un progetto che prevede la formazione di 100 ragazzi con un corso intensivo di tre settimane, al termine del quale i partecipanti avranno accesso ai colloqui di assunzione dei negozi di GranRoma aderenti all'iniziativa. La mission di «Generation Italy» è infatti quella di supportare i giovani nella creazione di professionalità e nella ricerca del lavoro, in sinergia con le aziende in cerca di nuove risorse.

Nella serata inaugurale sono previsti un monologo dell'attore **Francesco Montanari**, dedicato alle periferie di Roma, e un concerto del rapper romano **Biondo**, giovane cantante lanciato dal talent show di Canale 5 *Amici*, ideato e condotto da **Maria De Filippi**.

© Riproduzione riservata

BREVI

Sangemini mette in palio le city bike Aurelia. *Dal 6 maggio al 5 giugno Acque Minerali d'Italia promuove il suo brand Sangemini con un originale concorso e promozione presso molti punti vendita. Al consumatore basterà acquistare due confezioni Sangemini (di cui una da 1,5 o 1 l) per partecipare ogni giorno all'estrazione di una esclusiva city bike Aurelia brandizzata Sangemini.*

La campagna di ScuolaZoo per l'ambiente. *ScuolaZoo, il media brand di 3,7 milioni di studenti Italiani, sta conducendo una campagna di sensibilizzazione per la salvaguardia dell'ambiente, con la quale ha già raggiunto complessivamente 2,1 milioni di utenti. L'operazione multicanale ha raggiunto la generazione Z attraverso i loro social preferiti e, per l'Earth Day, ha piantato in collaborazione con Treedom una «Foresta ScuolaZoo» da 218 alberi, uno per ciascun rappresentante d'istituto ScuolaZoo eletto quest'anno.*

All'As Roma e Advice Group il Brand Loyalty Awards. *L'As Roma e Advice Group si sono aggiudicati il Brand Loyalty Award 2019. Il programma di fidelizzazione digitale realizzato dall'As Roma con Advice Group ha preso il via a inizio 2018 ed è tuttora attivo con l'obiettivo di costruire una relazione tra il club e i suoi tifosi, coinvolgendoli in differenti attività multicanale. Al centro la nuova piattaforma digitale www.romaunicograndeamore.com, all'interno della quale il tifoso trova un programma di iniziative a cui prendere parte attraverso diversi touch point del brand, sia fisici che digitali: web, radio, tv e canali social ma anche lo stadio e lo store ufficiale della squadra.*

MioDottore sostiene l'alimentazione equilibrata. *MioDottore, la piattaforma specializzata nella prenotazione online di visite mediche e parte del gruppo DocPlanner, ha lanciato la campagna MioDottore Solidale a sostegno dell'alimentazione equilibrata. Attraverso il mini-sito dedicato sarà possibile accedere dal 1° al 31 maggio alla lista dei medici volontari di tutta Italia che hanno sposato l'iniziativa, per trovare quello più vicino e prenotare in pochi clic una prima visita specialistica gratuita.*

Lettonia, eventi e incontri per promuovere il turismo e lo sviluppo delle imprese

DI PIERRE DE NOLAC

Riga sbarca a Roma con la terza edizione dei «Giorni della Lettonia», evento promozionale per l'interscambio commerciale tra Lettonia e Italia organizzato dall'Agenzia per gli Investimenti e lo Sviluppo della Lettonia (Liaa) in collaborazione con l'ambasciata della Repubblica di Lettonia in Italia ed inaugurato alla presenza del presidente dello stato baltico, Raimonds Vejonis.

Fitto il calendario degli appuntamenti: manifestazioni incontri b2b ed eventi culturali tra Roma, Milano e Venezia. Il primo appuntamento di Roma, «Assapora la Lettonia», è stato un business networking abbinato alla degustazione di prodotti tipici e piatti preparati dallo chef lettone Maris Jansons, ospitata da Eataly, con una performance della musicista lettone Liga Liedskalnina del duo «Ramtai». Dal cibo ai gioielli, con una esposizione delle creazioni degli artisti orafi lettoni Anita Savicka e Anna Fanigina presso il laboratorio di gioielli Simonelli, sempre nella capitale.

Il presidente dello stato lettone, che ha anche incontrato il capo dello Stato Sergio Mattarella, ha sottolineato come Lettonia ed Italia siano «legati da forti vincoli artistico-culturali» esprimendo l'auspicio che la manifestazione possa generare proficui rapporti commerciali ed una reciproca opportunità di sviluppo di relazioni tra le aziende».

L'obiettivo della manifestazione è fornire una panoramica sulla Lettonia, individuando in alcuni settori strategici, quali la tecnologia e il turismo, opportunità di sviluppo per le imprese, grazie ad un regime fiscale speciale, agli acceleratori e incubatori di imprese, al supporto pubblico per lo sviluppo dell'innovazione, nonché ai successi dei know-how e dei prodotti sviluppati dalle aziende lettoni. In questo contesto numerosi incontri B2B verranno promossi direttamente dalla Liaa, l'agenzia governativa lettone per la promozione dello sviluppo delle imprese, che agevola gli investimenti stranieri, e parallelamente aumenta la competitività degli imprenditori lettoni sia sul mercato interno che estero. L'agenzia statale, che vanta 20 uffici di rappresentanza all'estero, è anche l'ente preposto per la promozione del turismo in Lettonia. Un ambito, quello turistico che, grazie ai voli diretti della Air Baltic operati da Roma, Milano e Venezia, può favorire nuove programmazioni di pacchetti di soggiorno.

Un'immagine di Riga

© Riproduzione riservata