

RASSEGNA STAMPA



GENNAIO 2025

"MARCA 2025"

Latte Sano, in crescita le vendite fuori dai confini del Lazio

A Marca si presenta come player nazionale

ROMA, 15 gennaio 2025, 18:35

Redazione ANSA

Non solo un brand capitolino del comparto lattiero. Bensì un player nazionale, in grado distribuire i suoi prodotti, a marchio proprio e conto terzi, in 19 regioni, oltrepassando i tradizionali confini laziali.

Così Fattoria Latte Sano, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, si presenta oggi e domani a Marca, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marchio del distributore in corso a Bologna.

Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal Gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni sono stati venduti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Un trend destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. E questo soprattutto con i prodotti a marchio terzi, che raggiungeranno il 30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024.

Rafforzando così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex.

Al giro di boa dei 75 anni compiuti lo scorso anno, la factory laziale si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat.

► NEWS

Fattoria Latte Sano: un protagonista della filiera lattiero-casearia italiana in espansione



by redazione Fornelli d'Italia Gennaio 15, 2025

Fattoria Latte Sano, storica realtà del settore lattiero-caseario situata alle porte di **Roma**, si sta affermando come un attore di rilevanza nazionale. Il brand non solo rappresenta il **Lazio**, ma ha esteso la sua presenza fino a 19 regioni italiane. In occasione della fiera **Marca di Bologna**, dedicata ai prodotti di eccellenza a marchio del distributore, l'azienda ha messo in luce i suoi recenti successi e le strategie future.

Fatturato e produzione: risultati significativi per il 2024

Crescita dei volumi di latte lavorati

Nel 2024, **Fattoria Latte Sano** prevede di lavorare un totale di 75 milioni di litri di latte, di cui una significativa fetta, il 70%, sarà rappresentata da latte fresco. Questo segmento ha visto una crescente richiesta non solo nel **Lazio**, ma anche in altre regioni, contribuendo a una diversificazione geografica delle vendite. Sorprendentemente, 15 milioni di litri di latte freschi sono stati venduti oltre confine, con buone performance in **Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto**.

Previsioni di crescita per il 2025

Secondo le attuali stime, il fatturato dell'azienda è destinato a proseguire su un percorso di espansione. Nel 2025, si prevede un incremento del 30% nei volumi di produzione, soprattutto grazie all'aumento dei prodotti a marchio terzo, dei quali si stima raggiungeranno un volume considerevole all'interno dell'intera produzione. Questo risultato sarà sostenuto dai nuovi contratti siglati a fine 2024, segno di una continua ricerca di nuovi partner commerciali e di un forte interesse da parte della grande distribuzione.

L'importanza dei partenariati commerciali

Collaborazioni con i principali supermercati

Fattoria Latte Sano ha investito energie considerevoli nel rafforzamento delle proprie collaborazioni con noti marchi della grande distribuzione. Attualmente, l'azienda produce per catene come **Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex**, allargando così il proprio raggio d'azione sul mercato nazionale.

Queste alleanze strategiche sono essenziali per garantire non solo la crescita delle vendite, ma anche la solidità e la sostenibilità dell'azienda nel lungo termine.

Un modello di business innovativo

La scelta di ampliare la propria gamma di prodotti a marchio terzo rappresenta un approccio volto a diversificare ulteriormente l'offerta. Questo non solo soddisfa le esigenze di un pubblico più ampio, ma permette anche di rispondere in tempi rapidi alle dinamiche di mercato, sempre più competitive. Grazie a un modello di business innovativo e alla capacità di adattarsi, **Fattoria Latte Sano** si sta affermando come un vero e proprio leader nella filiera lattiero-casearia italiana.

Un compleanno importante e il futuro dell'azienda

75 anni di tradizione e innovazione

Fattoria Latte Sano ha festeggiato nel 2023 un traguardo significativo: 75 anni di attività. Fondata nel cuore del **Lazio**, l'azienda ha attraversato diverse fasi di sviluppo e innovazione, riuscendo a mantenere un alto standard qualitativo nei propri prodotti. Con una forte presenza locale, è diventata il primo operatore di latte fresco in **Lazio** e il terzo in **Italia**, alle spalle di nomi illustri come **Centrale del Latte Italia** e **Parmalat**.

Prospettive future

Guardando al futuro, **Fattoria Latte Sano** intende continuare a investire in qualità e sostenibilità, elementi chiave per affrontare le sfide del mercato attuale. L'azienda non solo punta ad ampliare i propri orizzonti commerciali, ma è anche consapevole dell'importanza di mantenere una forte connessione con il territorio e di proseguire nella tradizione di eccellenza che la contraddistingue. *Un percorso che sembra promettere sempre più successi per uno dei più importanti attori del settore lattiero-caseario italiano.*

Fattoria Latte Sano: l'azienda che sfida i confini con il suo latte fresco in Italia

Fattoria Latte Sano, leader nel settore lattiero-caseario del Lazio, prevede una crescita significativa nel 2024 con 75 milioni di litri di latte e nuove partnership strategiche per espandere la distribuzione.



by Laura Rossi 15 Gennaio 2025

Fattoria Latte Sano si distingue non solo come un marchio di riferimento nel Lazio, ma come un attore di rilevanza nazionale nel settore lattiero-caseario. La storica azienda, situata alle porte di Roma, partecipa alla fiera **Marca a Bologna**, un evento dedicato all'eccellenza dei prodotti a marchio del distributore. Qui, **Fattoria Latte**

Sano mostra come la sua capacità di distribuzione e il forte aumento del volume di vendite stanno alimentando una crescita continua.

Prodotti e crescita: un futuro promettente

Nel 2024, **Fattoria Latte Sano** prevede di lavorare ben 75 milioni di litri di latte, di cui il 70% sarà di latte fresco. Questa quantità significativa è suddivisa attentamente, poiché circa 15 milioni di litri saranno destinati ad aree al di fuori della regione Lazio. La Campania, la Toscana, l'Abruzzo, le Marche e il Veneto stanno emergendo come mercati chiave per l'azienda, evidenziando il potenziale di espansione oltre i tradizionali confini laziali. Con un piano di crescita ambizioso, l'azienda prevede un incremento dei volumi di vendita del 30% nel 2025.

Il focus sull'aumento delle vendite di prodotti a marchio terzi sarà fondamentale. Questi prodotti stanno guadagnando terreno nel mercato, e **Fattoria Latte Sano** ha firmato nuovi contratti che le permetteranno di raggiungere il 30% dei volumi lavorati grazie a queste collaborazioni. La diversificazione della produzione sta permettendo all'azienda di affrontare le sfide del mercato, mantenendo un approccio proattivo e adattabile.

Partnership con le catene di distribuzione

L'azienda è in espansione anche nelle sue collaborazioni con diverse catene di supermercati. Attualmente, **Fattoria Latte Sano** produce per marchi noti come **Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex**. Queste alleanze strategiche non solo ampliano la rete di distribuzione, ma offrono anche visibilità ai prodotti **Fattoria Latte Sano** su scala nazionale. Questo modello di business consente una maggiore flessibilità e una risposta rapida alle esigenze del mercato, rendendo l'azienda altamente competitiva.

La reputazione di **Fattoria Latte Sano** si basa su un impegno costante per la qualità e una produzione sostenibile. Investe continuamente in innovazione e in processi produttivi efficienti, elementi che contribuiscono alla fidelizzazione dei clienti e a un'immagine di affidabilità. Inoltre, la capacità di elaborare prodotti su misura per i propri partner commerciali rende l'azienda estremamente versatile nel rispondere alle richieste dei consumatori finali.

Una storia di tradizione e successo

Con oltre 75 anni di storia alle spalle, **Fattoria Latte Sano** si afferma come il principale operatore nel settore del latte fresco del Lazio e il terzo in Italia, superata solo da **Centrale del Latte Italia** e **Parmalat**. Questa posizione di leadership è il risultato di un'attenta pianificazione strategica, investimenti mirati e una visione chiara nel soddisfare le esigenze del mercato.

La sua notorietà si basa anche sulla produzione di latte fresco di alta qualità, essenziale in una regione con una tradizione di consumo consolidata. L'azienda continua a investire nei propri processi produttivi e nella qualità della materia prima, garantendo un prodotto che incontra i gusti e le esigenze di una clientela sempre più attenta e informata.

Con i suoi piani di crescita ambiziosi e una rete di partnership solida, **Fattoria Latte Sano** è pronta a proseguire la sua espansione e a consolidare ulteriormente la sua presenza nel panorama lattiero-caseario italiano.

Fattoria Latte Sano si racconta a Marca 2025

By Redazione - 16 Gennaio 2025

Fattoria Latte Sano, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, partecipa per la seconda volta a **Marca**, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore.

Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal Gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni (tra ESL a lunga durata e UHT, sia a marchio terzi che proprio) sono stati venduti infatti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Un trend destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. Questa crescita è prevista soprattutto per i **prodotti a marchio terzi**, che raggiungeranno il 30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024 che rafforzano così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per **Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex**.

Ma non basta. Al giro di boa dei 75 anni compiuti lo scorso anno, la factory laziale si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat, considerando la sua presenza sia nella grande distribuzione organizzata (GDO) sia quella nel canale normal trade.

Latte proveniente da una filiera corta e controllata, 130 conferitori rigorosamente locali, due stabilimenti di produzione (Roma e Rieti), 4 piattaforme logistiche, in grado di raggiungere 12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermitici refrigerati. Il tutto grazie a una sempre maggiore capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora), un'organizzazione aziendale sempre più capillare, altissimi standard di servizio e puntualità nelle consegne. Un'attività insomma, quella di Fattoria Latte Sano, diffusa ormai lungo tutto lo stivale:

che consentirà di registrare per il 2024 un fatturato consolidato di circa 150 milioni di euro, il 20% in più rispetto al 2023.

*"Fattoria Latte Sano rimane un'azienda fortemente radicata sul territorio", spiega il **vice direttore generale Simone Aiuti**, "ma in questo secondo anno di partecipazione a Marca conferma la sua attitudine a confrontarsi sempre più sul mercato nazionale: dimostrando, grazie alla qualità dei suoi prodotti e servizi, dinamismo e notevole capacità produttiva. Abbiamo fatto grandi passi avanti negli ultimi anni e non possiamo che esserne orgogliosi".*

Tra le mission aziendali anche la promozione del latte fresco e dei suoi derivati come ingrediente di qualità, da utilizzare in pasticceria, gelateria e nella cucina gourmet. Grazie alla holding **Ariete Fattoria Latte Sano**, il gruppo opera infatti sia nella **produzione diretta di derivati del latte** (panna, mozzarella e ricotta) che nella commercializzazione di prodotti alimentari a **proprio marchio ed a marchio di terzi** (oltre 160 referenze); tutti prodotti da valorizzare in una distribuzione mirata, coerente con il posizionamento aziendale. Da qui la collaborazione, già avviata nel 2023, con brand ambassador per mettere a punto prodotti sempre più vicini alle esigenze dei professionisti del settore. Ma anche per andare incontro ai nuovi gusti dei consumatori.

A Marca presso lo stand Fattoria Latte Sano saranno presenti, tra gli altri, **Luca Lasalandra**, poliedrico latte artist che realizzerà fantasiosi cappuccini decorati, insieme allo **chef Luciano Spartaco Di Carlo**, impegnato a pranzo nella preparazione di piatti della tradizione laziale. Ma anche il pasticcere **Claudio De Blasis** e il mastro gelatiere **Federico Molinari**, che intratterranno gli ospiti con momenti formativi e show cooking: dove neanche a dirlo, saranno burro e latte i protagonisti.

*"Il tutto all'interno di uno stand luminoso e accogliente", sottolinea **Tiziana Belocchi**, responsabile comunicazione Latte Sano, "che ripropone nello stile gli elementi caratteristici dell'azienda storica alle porte di Roma, con tanto di vetrina e nastro trasportatore sul quale vedere scorrere le bottiglie di latte. Che dire, sarà proprio come entrare in fattoria...".*

Fattoria Latte Sano è al Padiglione 21 Stand B/11 – C/12

Latte Sano protagonista a Marca 2025

Belocchi (Resp. Mktg): "Da azienda "romana" ci siamo trasformati un player nazionale"



Non solo un brand capitolino. Ma un player nazionale, in grado distribuire i suoi prodotti, a marchio proprio e conto terzi, in 19 regioni, oltrepassando i tradizionali confini laziali. È Fattoria Latte Sano, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, che si è presentata per la seconda volta alla fiera Marca, a Bologna, in una veste nuova (vedi [articolo di EFA News](#)).

Tiziana Belocchi, responsabile marketing e comunicazione di Ariete Fattoria Latte Sano, spiega gli obiettivi della presenza alla manifestazione dedicata alla marca del distributore, illustrando punti di forza e novità dei prodotti, a partire dal latte fresco, da sempre centrale nell'offerta.

Guarda il video:

<https://youtu.be/oxgzC72eXqs>

Marca 2025, Fattoria Latte Sano: un'azienda per 19 regioni

La factory romana per la seconda volta alla fiera italiana della marca commerciale

GEN 16, 2025  Agroalimentare

Roma, 16 gen. (askanews) – Non solo un brand capitolino. Bensì un player nazionale, in grado di distribuire i suoi prodotti, a marchio proprio e conto terzi, in 19 regioni, oltrepassando i tradizionali confini laziali. Fattoria Latte Sano, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, si afferma come impresa Italy wide e ha partecipato per la seconda volta a Marca, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore, a Bologna.

Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal Gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni (tra ESL a lunga durata e UHT, sia a marchio terzi che proprio) sono stati venduti infatti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Un trend destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. E questo soprattutto con i prodotti a marchio terzi, che raggiungeranno il 30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024. Rafforzando così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex.

Ma non basta. Al giro di boa dei 75 anni compiuti lo scorso anno, la factory laziale si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat, considerando la sua presenza sia nella grande distribuzione organizzata (GDO) sia quella nel canale normal trade. Latte proveniente da una filiera corta e controllata, 130 conferitori rigorosamente locali, 2 stabilimenti di produzione (Roma e Rieti), 4 piattaforme logistiche, in grado di raggiungere 12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isoterme refrigerati. Il tutto grazie a una sempre maggiore capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora), un'organizzazione aziendale sempre più capillare, altissimi standard di servizio e puntualità nelle consegne.

Un'attività insomma, quella di Fattoria Latte Sano, diffusa ormai lungo tutto lo stivale: che consentirà di chiudere il 2024 con un fatturato consolidato di circa 150 milioni di euro, il 20% in più rispetto al 2023.

"Fattoria Latte Sano rimane un'azienda fortemente radicata sul territorio", spiega il vice direttore generale Simone Aiuti, "ma in questo secondo anno di partecipazione a Marca conferma la sua attitudine a confrontarsi sempre più sul mercato nazionale: dimostrando, grazie alla qualità dei suoi prodotti e servizi, dinamismo e notevole capacità produttiva. Abbiamo fatto grandi passi avanti negli ultimi anni e non possiamo che esserne orgogliosi".

Tra le mission aziendali anche la promozione del latte fresco e dei suoi derivati come ingrediente di qualità, da utilizzare in pasticceria, gelateria e nella cucina gourmet. Grazie alla holding Ariete Fattoria Latte Sano, il gruppo opera infatti sia nella produzione diretta di derivati del latte (panna, mozzarella e ricotta) che nella commercializzazione di prodotti alimentari a proprio marchio ed a marchio di terzi (oltre 160 referenze). Derivati da valorizzare in una distribuzione mirata, coerente con il posizionamento aziendale.

Da qui la collaborazione, già avviata nel 2023, con brand ambassador: per mettere a punto prodotti sempre più vicini alle esigenze dei professionisti del settore. Ma anche per andare incontro ai nuovi gusti dei consumatori. A Marca presso lo stand Fattoria Latte Sano saranno presenti, tra gli altri, Luca Lasalandra, poliedrico latte artist che realizzerà fantasiosi cappuccini decorati, insieme allo chef Luciano Spartaco Di Carlo, impegnato a pranzo nella preparazione di piatti della tradizione laziale. Ma anche il pasticcere Claudio De Blasis e il mastro gelatiere Federico Molinari, che intratterranno gli ospiti con momenti formativi e show cooking: dove neanche a dirlo, saranno burro e latte i protagonisti.

"Il tutto all'interno di uno stand luminoso e accogliente", sottolinea Tiziana Belocchi, responsabile comunicazione Latte Sano, "che ripropone nello stile gli elementi caratteristici dell'azienda storica alle porte di Roma, con tanto di vetrina e nastro trasportatore sul quale vedere scorrere le bottiglie di latte. Che dire, sarà proprio come entrare in fattoria...".

Marca 2025. Fattoria Latte Sano: un brand ormai nazionale

Presidente Lorenzoni: "Al di là dei confini laziali, grazie a nuove tecnologie produttive"



Non solo un brand capitolino. Bensì un player nazionale, in grado distribuire i suoi prodotti, a marchio proprio e conto terzi, in 19 regioni, oltrepassando i tradizionali confini laziali. Fattoria Latte Sano, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, si afferma come impresa Italy wide e partecipa per la seconda volta a Marca, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore che si conclude oggi a Bologna.

Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal Gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni (tra EsL a lunga durata e Uht, sia a marchio terzi che proprio) sono stati venduti infatti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Un trend destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. E questo

soprattutto con i prodotti a marchio terzi, che raggiungeranno il 30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024. Rafforzando così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex. Ma non basta.

Al giro di boa dei 75 anni compiuti lo scorso anno, la factory laziale si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat, considerando la sua presenza sia nella grande distribuzione organizzata (Gdo) sia quella nel canale normal trade. Latte proveniente da una filiera corta e controllata, 130 conferitori rigorosamente locali, 2 stabilimenti di produzione (Roma e Rieti), 4 piattaforme logistiche, in grado di raggiungere 12mila punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermici refrigerati. Il tutto grazie a una sempre maggiore capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e EsL in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora), un'organizzazione aziendale sempre più capillare, altissimi standard di servizio e puntualità nelle consegne. Un'attività diffusa ormai lungo tutto lo stivale: che consentirà di chiudere il 2024 con un fatturato consolidato di circa 150 milioni di euro, il 20% in più rispetto al 2023.

"Il motivo principale del nostro essere qui a Marca è l'aver travalicato ormai i confini della nostra regione che è stato il nostro core business per 73 anni", spiega a EFA News il presidente di Latte Sano Marco Lorenzoni, seconda generazione alla guida dell'azienda. "Negli ultimi due anni, abbiamo deciso di espanderci anche oltre i confini regionali: ciò è avvenuto per una scelta specifica, grazie anche alle nuove tecnologie di produzione non solo dell'Uht ma anche del latte EsL".

Incassata la soddisfazione di aver portato il proprio prodotto in quasi tutte le regioni italiane, Lorenzoni ribadisce quanto Marca si sia rivelata una "opportunità di aprire relazioni e rapporti commerciali sia nella grande distribuzione, sia con strutture commerciali che operano su territori diversi dal Lazio". Nata come realtà produttiva locale e di piccole dimensioni, Fattoria Latte Sano "è diventata in 75 anni una realtà importante, tanto è vero che oggi è la prima centrale d'Italia per produzione di latte fresco in un unico stabilimento. Ciò è stato raggiunto", conclude il presidente, "grazie a un rapporto di lavoro continuativo e a una crescita continuativa, per cui proseguiamo a fare affidamento sui piccoli esercizi commerciali della nostra città e della nostra Regione ma anche sui piccoli e medi retailer che, in realtà, sono strutture ben organizzate e ben radicati nei territori. Il salto di qualità è stato fatto affiancando grandi partner del settore commerciale".

Tra le mission aziendali anche la promozione del latte fresco e dei suoi derivati come ingrediente di qualità, da utilizzare in pasticceria, gelateria e nella cucina gourmet. Grazie alla holding Ariete Fattoria Latte Sano, il gruppo opera infatti sia nella produzione diretta di derivati del latte (panna, mozzarella e ricotta) che nella commercializzazione di prodotti alimentari a proprio marchio ed a marchio di terzi (oltre 160 referenze). Derivati da valorizzare in una distribuzione mirata, coerente con il posizionamento aziendale. Da qui la collaborazione, già avviata nel 2023, con brand ambassador: per mettere a punto prodotti sempre più vicini alle esigenze dei professionisti del settore. Ma anche per andare incontro ai nuovi gusti dei consumatori.

A Marca presso lo stand Fattoria Latte Sano hanno presenziato, tra gli altri, Luca Lasalandra, poliedrico latte artist che ha realizzato fantasiosi cappuccini decorati, insieme allo chef Luciano Spartaco Di Carlo, impegnato a pranzo nella preparazione di piatti della tradizione laziale. Ma anche il pasticcere Claudio De Blasis e il mastro gelatiere Federico Molinari, che hanno intrattenuto gli ospiti con momenti formativi e show cooking: dove neanche a dirlo, sono stati burro e latte i protagonisti.

Marca 2025: Fattoria Latte Sano, un'azienda per 19 regioni

REDAZIONE | IMPRESA E GUSTO | 15 GENNAIO 2025

La factory romana partecipa per la seconda volta alla fiera italiana della marca commerciale. E si presenta come realtà nazionale, attiva non solo nel Lazio ma anche in quasi tutte le regioni della penisola, in special modo Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto, sia con il proprio brand che come private label. Nel segno della qualità e del crescente dinamismo.

Non solo un brand capitolino. Bensì un player nazionale, in grado distribuire i suoi prodotti, a marchio proprio e conto terzi, in 19 regioni, oltrepassando i tradizionali confini laziali. **Fattoria Latte Sano**, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, si afferma come impresa *Italy wide* e partecipa per la seconda volta a Marca, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore

(Bologna, 15-16 gennaio - padiglione 21 - stand B11 - C12).

Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal Gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni (tra ESL a lunga durata e UHT, sia a marchio terzi che proprio) sono stati venduti infatti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Un trend destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. E questo soprattutto con i prodotti a marchio terzi, che raggiungeranno il 30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024.

Rafforzando così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex. Ma non basta. **Al giro di boa dei 75 anni compiuti lo scorso anno, la factory laziale si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat,** considerando la sua presenza sia nella grande distribuzione organizzata (GDO) sia quella nel canale normal trade.

Latte proveniente da una filiera corta e controllata, 130 conferitori rigorosamente locali, 2 stabilimenti di produzione (Roma e Rieti), 4 piattaforme logistiche, in grado di raggiungere 12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermici refrigerati. Il tutto grazie a una sempre maggiore capacità produttiva (**75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora**), un'organizzazione aziendale sempre più capillare, altissimi standard di servizio e puntualità nelle consegne. Un'attività insomma, quella di Fattoria Latte Sano, diffusa ormai lungo tutto lo stivale: che consentirà di chiudere il 2024 **con un fatturato consolidato di circa 150 milioni di euro, il 20% in più rispetto al 2023.**

"Fattoria Latte Sano rimane un'azienda fortemente radicata sul territorio", spiega il vice direttore generale Simone Aiuti, "ma in questo secondo anno di partecipazione a Marca conferma la sua attitudine a confrontarsi sempre più sul mercato nazionale: dimostrando, grazie alla qualità dei suoi prodotti e servizi, dinamismo e notevole capacità produttiva. Abbiamo fatto grandi passi avanti negli ultimi anni e non possiamo che esserne orgogliosi".

Tra le mission aziendali anche la promozione del latte fresco e dei suoi derivati come ingrediente di qualità, da utilizzare in pasticceria, gelateria e nella cucina gourmet. Grazie alla holding Ariete Fattoria Latte Sano, il gruppo opera infatti sia nella produzione diretta di derivati del latte (panna, mozzarella e ricotta) che nella commercializzazione di prodotti alimentari a proprio marchio ed a marchio di terzi (oltre 160 referenze). Derivati da valorizzare in una distribuzione mirata, coerente con il posizionamento aziendale.

Da qui la collaborazione, già avviata nel 2023, con brand ambassador: per mettere a punto prodotti sempre più vicini alle esigenze dei professionisti del settore. Ma anche per andare incontro ai nuovi gusti dei consumatori. A Marca presso lo stand Fattoria Latte Sano saranno presenti, tra gli altri, **Luca Lasalandra**, poliedrico latte artist che realizzerà fantasiosi cappuccini decorati, insieme allo chef **Luciano Spartaco Di Carlo**, impegnato a pranzo nella preparazione di piatti della tradizione laziale. Ma anche il pasticciere **Claudio De Blasis** e il mastro gelatiere **Federico Molinari**, che intratterranno gli ospiti con momenti formativi e show cooking: dove neanche a dirlo, saranno burro e latte i protagonisti.

"Il tutto all'interno di uno stand luminoso e accogliente", sottolinea Tiziana Belocchi, responsabile comunicazione Latte Sano, "che ripropone nello stile gli elementi caratteristici dell'azienda storica alle porte di Roma, con tanto di vetrina e nastro trasportatore sul quale vedere scorrere le bottiglie di latte. Che dire, sarà proprio come entrare in fattoria...".



Marca 2025: Fattoria Latte Sano, un'azienda per 19 regioni

17/01/2025 12:45 | Redazione Agenfood | DISTRIBUZIONE

(Agen Food) – Bologna, 17 gen. – Non solo un brand capitolino. Bensì un player nazionale, in grado distribuire i suoi prodotti, a marchio proprio e conto terzi, in 19 regioni, oltrepassando i tradizionali confini laziali. **Fattoria Latte Sano**, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, si afferma come impresa *Italy wide* e partecipa per la seconda volta a Marca, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore.

Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal Gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni (tra ESL a lunga durata e UHT, sia a marchio terzi che proprio) sono stati venduti infatti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Un trend destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. E questo soprattutto con i prodotti a marchio terzi, che raggiungeranno il 30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024. Rafforzando così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex.

Ma non basta. **Al giro di boa dei 75 anni compiuti lo scorso anno, la factory laziale si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat, considerando la sua presenza sia nella grande distribuzione organizzata (GDO) sia quella nel canale normal trade.**

Latte proveniente da una filiera corta e controllata, 130 conferitori rigorosamente locali, 2 stabilimenti di produzione (Roma e Rieti), 4 piattaforme logistiche, in grado di raggiungere 12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermici refrigerati. Il tutto grazie a una sempre maggiore capacità produttiva (**75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora**), un'organizzazione aziendale sempre più capillare, altissimi standard di servizio e puntualità nelle consegne.

Un'attività insomma, quella di Fattoria Latte Sano, diffusa ormai lungo tutto lo stivale: che consentirà di chiudere il 2024 con un fatturato consolidato di circa 150 milioni di euro, il 20% in più rispetto al 2023.

"Fattoria Latte Sano rimane un'azienda fortemente radicata sul territorio", spiega il **vice direttore generale Simone Aiuti**, "ma in questo secondo anno di partecipazione a Marca conferma la sua attitudine a confrontarsi sempre più sul mercato nazionale: dimostrando, grazie alla qualità dei suoi prodotti e servizi, dinamismo e notevole capacità produttiva. Abbiamo fatto grandi passi avanti negli ultimi anni e non possiamo che esserne orgogliosi".

Tra le mission aziendali anche la promozione del latte fresco e dei suoi derivati come ingrediente di qualità, da utilizzare in pasticceria, gelateria e nella cucina gourmet.

Grazie alla holding Ariete Fattoria Latte Sano, il gruppo opera infatti sia nella produzione diretta di derivati del latte (panna, mozzarella e ricotta) che nella commercializzazione di prodotti alimentari a proprio marchio ed a marchio di terzi (oltre 160 referenze).

Derivati da valorizzare in una distribuzione mirata, coerente con il posizionamento aziendale.

Da qui la collaborazione, già avviata nel 2023, con brand ambassador: per mettere a punto prodotti sempre più vicini alle esigenze dei professionisti del settore. Ma anche per andare incontro ai nuovi gusti dei consumatori. A Marca presso lo stand Fattoria Latte Sano saranno presenti, tra gli altri, **Luca Lasalandra**, poliedrico latte artist che realizzerà fantasiosi cappuccini decorati, insieme allo chef **Luciano Spartaco Di Carlo**, impegnato a pranzo nella preparazione di piatti della tradizione laziale. Ma anche il pasticcere **Claudio De Blasis** e il mastro gelatiere **Federico Molinari**, che intratterranno gli ospiti con momenti formativi e show cooking: dove neanche a dirlo, saranno burro e latte i protagonisti.

"Il tutto all'interno di uno stand luminoso e accogliente", sottolinea **Tiziana Belocchi, responsabile comunicazione Latte Sano**, "che ripropone nello stile gli elementi caratteristici dell'azienda storica alle porte di Roma, con tanto di vetrina e nastro trasportatore sul quale vedere scorrere le bottiglie di latte. Che dire, sarà proprio come entrare in fattoria...".

MARCA 2025: Fattoria Latte Sano, un'azienda per 19 regioni

La factory romana partecipa per la seconda volta alla fiera italiana della marca commerciale. E si presenta come realtà nazionale, attiva non solo nel Lazio ma anche in quasi tutte le regioni della penisola, in special modo Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto, sia con il proprio brand che come private label. Nel segno della qualità e del crescente dinamismo.

16/01/2025 Categoria: Produttori

© 2025



Photo credits: fonte ufficio stampa

Non solo un brand capitolino. Bensì un player nazionale, in grado distribuire i suoi prodotti, a marchio proprio e conto terzi, in 19 regioni, oltrepassando i tradizionali confini laziali. Fattoria Latte Sano, storica azienda lattiero-casearia alle porte della Capitale, si afferma come impresa Italy wide e partecipa per la seconda volta a Marca, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore (Bologna, 15-16 gennaio - padiglione 21 - stand B11 - C12).

Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal Gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni (tra ESL a lunga durata e UHT, sia a marchio terzi che proprio) sono stati venduti infatti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Un trend destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. E questo soprattutto con i prodotti a marchio terzi, che raggiungeranno il

30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024. Rafforzando così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex.

Ma non basta. Al giro di boa dei 75 anni compiuti lo scorso anno, la factory laziale si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat, considerando la sua presenza sia nella grande distribuzione organizzata (GDO) sia quella nel canale normal trade.

Latte proveniente da una filiera corta e controllata, 130 conferitori rigorosamente locali, 2 stabilimenti di produzione (Roma e Rieti), 4 piattaforme logistiche, in grado di raggiungere 12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermici refrigerati. Il tutto grazie a una sempre maggiore capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora), un'organizzazione aziendale sempre più capillare, altissimi standard di servizio e puntualità nelle consegne.

Un'attività insomma, quella di Fattoria Latte Sano, diffusa ormai lungo tutto lo stivale: che consentirà di chiudere il 2024 con un fatturato consolidato di circa 150 milioni di euro, il 20% in più rispetto al 2023.

"Fattoria Latte Sano rimane un'azienda fortemente radicata sul territorio - spiega il vice direttore generale Simone Aiuti - ma in questo secondo anno di partecipazione a Marca conferma la sua attitudine a confrontarsi sempre più sul mercato nazionale: dimostrando, grazie alla qualità dei suoi prodotti e servizi, dinamismo e notevole capacità produttiva. Abbiamo fatto grandi passi avanti negli ultimi anni e non possiamo che esserne orgogliosi".

Tra le mission aziendali anche la promozione del latte fresco e dei suoi derivati come ingrediente di qualità, da utilizzare in pasticceria, gelateria e nella cucina gourmet.

Grazie alla holding Ariete Fattoria Latte Sano, il gruppo opera infatti sia nella produzione diretta di derivati del latte (panna, mozzarella e ricotta) che nella commercializzazione di prodotti alimentari a proprio marchio ed a marchio di terzi (oltre 160 referenze).

Derivati da valorizzare in una distribuzione mirata, coerente con il posizionamento aziendale.



Fattoria Latte Sano: per la seconda volta a Marca, fatturato 2024 a 150 mln

MILANO (MF-NW)--Fattoria Latte Sano, storica azienda lattiero-casearia alle porte di Roma, partecipa per la seconda volta a Marca, la fiera nazionale dedicata ai prodotti dell'eccellenza italiana a marca del distributore. Dei 75 milioni di litri di latte lavorati dal gruppo nel 2024, di cui il 70% fresco, 15 milioni (tra ESL a lunga durata e UHT, sia a marchio terzi che proprio) sono stati venduti fuori della regione Lazio, con una particolare diffusione in Campania, Toscana, Abruzzo, Marche e Veneto. Tale trend è destinato a crescere, visto che per il 2025 si prevede un incremento di un ulteriore 30%. E questo soprattutto con i prodotti a marchio terzi, che raggiungeranno il 30% dei volumi complessivamente lavorati, grazie ai nuovi contratti sottoscritti a fine 2024. Rafforzando così il costante processo di crescita aziendale che vede Fattoria Latte Sano produrre oggi anche per Supermercati Piccolo, Conad, Todis, Maxi Di e Selex. La factory laziale, spiega una nota, si conferma come il primo operatore di latte fresco nel Lazio (storicamente tra le regioni più vocate al suo consumo) e il terzo in Italia, dopo Centrale del Latte Italia e Parmalat, considerando la sua presenza sia nella grande distribuzione organizzata (GDO) sia quella nel canale normal trade. Fattoria Latte Sano chiuderà il 2024 con un fatturato consolidato di circa 150 milioni di euro, il 20% in più rispetto al 2023. "Fattoria Latte Sano rimane un'azienda fortemente radicata sul territorio", spiega il vice direttore generale Simone Aiuti, "ma in questo secondo anno di partecipazione a Marca conferma la sua attitudine a confrontarsi sempre più sul mercato nazionale: dimostrando, grazie alla qualità dei suoi prodotti e servizi, dinamismo e notevole capacità produttiva. Abbiamo fatto grandi passi avanti negli ultimi anni e non possiamo che esserne orgogliosi". [com/fus-marco.fusi@mfnewswires.it](https://www.com/fus-marco.fusi@mfnewswires.it) (fine) MF NEWSWIRES (redazione@mfnewswires.it)

16/01/2025 21:10

"Insieme contro il Cyberbullismo"



ROMA CAPOCCIA

Geronimo Stilton contro il cyberbullismo

DI GIANLUCA ROSELLI / 06 FEB 2025

È in corso la campagna “Insieme contro il cyberbullismo” promossa da polizia di stato, Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano

Una speciale confezione di latte realizzata con l'immagine di **Geronimo Stilton**, il topo-giornalista amato dai ragazzi di tutto il mondo, e tre pillole contro il cyberbullismo. Fino ad aprile è in corso la campagna “Insieme contro il cyberbullismo” promossa da polizia di stato, Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco a Roma e nel Lazio. Un milione e mezzo di confezioni distribuite in bar e negozi di alimentari. “L'obbiettivo è arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e ai più piccoli, con brevi messaggi per la sicurezza in rete, per far comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione, contro i rischi che si nascondono nel web”, spiega Luigi Rinella, direttore della Polizia scientifica. “La promozione di uno stile di vita sano e il sostegno alle nuove generazioni sono da sempre nostri capisaldi. Per questo abbiamo subito accettato”, osserva il vicedirettore di Latte Sano, Simone Aiuti. Gli ultimi dati sul cyberbullismo registrano 319 casi a livello nazionale nel 2024 rispetto ai 284 del 2023 (+ 12 per cento), la maggior parte dei quali riguarda ragazzi tra i 14 e i 17 anni.

Contro il Cyberbullismo: Polizia di Stato, Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano lanciano la campagna: «Colpiti soprattutto i giovanissimi»

Il nuovo latte speciale arriva nei supermercati del Lazio



Mercoledì 29 Gennaio 2025 Ultimo aggiornamento 18:52

È partita la campagna di informazione «**Insieme contro il cyberbullismo**», promossa da [Polizia di Stato](#), **Fattoria Latte Sano** e [Geronimo Stilton](#). Per l'occasione è stata realizzata una confezione di latte "speciale" con l'immagine di Geronimo Stilton e tre pillole contro il [cyberbullismo](#), che sarà distribuita in bar, supermercati e negozi di alimentari della regione [Lazio](#) per i prossimi tre mesi (fino ad aprile).

Perché, dicono i promotori, «la **colazione** è la prima cosa che si fa quando si inizia la giornata e può essere anche un momento di confronto tra **genitori e figli**, di educazione e di informazione».

Latte Sano e Geronimo Stilton insieme contro il cyberbullismo

Una confezione speciale realizzata per l'occasione con tre pillole contro il cyberbullismo e l'immagine di Geronimo Stilton, il topo-giornalista amato dai ragazzi di tutto il mondo, nei panni di divulgatore: la campagna di informazione, oltre che dalla Polizia di Stato e la Fondazione Geronimo Stilton, è promossa dalla Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio, e tra i principali produttori nazionali. L'iniziativa ha il fine di sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il [bullismo](#) in rete.

[Buchmesse](#), [Geronimo Stilton](#), [il commissario](#) e [la Polizia postale](#)

«L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere ed evitare di cadere nei rischi della rete», spiega **Luigi Rinella**, direttore centrale per la [Polizia Scientifica](#) e la [sicurezza](#) cibernetica.

Cyberbullismo in aumento: +12% di casi nel 2024, colpiti soprattutto i giovanissimi

I dati raccolti a livello nazionale nel **Rapporto annuale 2024** per la sicurezza cibernetica della [Polizia Postale](#) mostrano un aumento del fenomeno del [cyberbullismo](#), con 319 casi registrati nell'ultimo anno

Di questi, 220 hanno riguardato ragazzi tra i 14 e i 17 anni, in aumento rispetto ai 205 casi del 2023. Nella fascia d'età tra i 10 e i 13 anni, i casi sono saliti a 90 rispetto ai 71 dell'anno precedente, segnando l'incremento più significativo. Per i bambini tra 0 e 9 anni, i casi registrati sono stati 9, rispetto agli 8 del 2023.

I messaggi di sensibilizzazione sulle confezioni

«Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano vi è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno da parte dell'azienda alle nuove generazioni, e più in generale alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna», ha detto il vicedirettore generale dell'azienda, **Simone Aiuti**.

«Prima di postare pensa. Anche in rete le parole possono far soffrire», «Sei vittima di cyberbullismo? Non rimanere in silenzio, parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito [commissariatodips.it](#)» e poi ancora: «Amici roditori, **avete l'età giusta per i social?** Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali», sono le frasi scelte dai promotori per la campagna e inserite nella confezione di cartone realizzata per l'occasione che verrà distribuita per tre mesi fino ad aprile, in bar, supermercati e nei piccoli negozi che vengono generi alimentari della [Regione Lazio](#).

Cyberbullismo

DS574 DS574

Campagna di informazione per ragazzi e bambini

È partita ieri la campagna di informazione «Insieme contro il cyberbullismo», promossa da Polizia, Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio, e tra i principali produttori nazionali. L'iniziativa ha il fine di sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il bullismo in rete e lo fa, dicono i promotori, portando il messaggio sulle tavole degli italiani perché «la colazione è la prima cosa che si fa quando si inizia la giornata e può essere anche un momento di confronto tra genitori e figli, di educazione e di informazione». Per l'occasione una confezione speciale realizzata con tre pillole contro il cyberbullismo e l'immagine di Geronimo Stilton, il topo-giornalista: «L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare alle famiglie e in particolare ai bambini con brevi messaggi di sicurezza in rete», spiega Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia scientifica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



RomaCapoccia

A CURA DI SALVATORE MERLO



Disfida dei cinema

Oltre lo schermo buio delle sale chiuse, prove di accordo produttori-attori-rotocal



Roma. La disfida delle sale è arrivata a un quasi lieto fine? Non si sa, ma, dopo una settimana di

DI MARGHERITA RIZZINI

bombardamento mediatico e appelli in direzione del governatore laziale di centrodestra Francesco Rocca, da parte di registi-attori-produttori-distributori ed esercenti, si intravede una bozza di accordo sulla questione "ricomversione e riqualificazione del cinema in disuso" a Roma. Un accordo che, da destra, punta a superare un emendamento della stessa maggioranza (lato FdI) a una legge regionale sul cambio di destinazione d'uso del cinema dismessi, l'emendamento cioè che avrebbe potuto portare, se applicato, alla trasformazione delle sale oggi chiuse a Roma, che trenta, in supermercati e sale bingo. Ma anche un accordo che, da sinistra, va a cadere su un possibile terreno di convergenza con gli avversari politici, nonostante i dubbi e i sospetti sul destino delle tante sale cinematografiche che da anni restano serrate. E, dopo l'interessamento di grandi attori (Carlo Verdone in primis) e grandi registi (Perzan Ozpetek in primis), alcuni dei quali pronti a una cordata per salvare le sale dell'ex circuito Ferrero comprate all'asta da un fondo olandese, si è fatto sentire anche il Comune - non a caso, qualche giorno fa, è intervenuto sul tema anche l'assessore alla Cultura della giunta Gualtieri Massimiliano Smeriglio (servono fondi pubblici per salvare le sale, ha detto). Ma, al di là dell'esito del dialogo, partito due giorni fa nel corso dell'incontro tra Rocca e gli addetti ai lavori, per capire se c'è vita oltre lo schermo buio bisogna fare un passo in più rispetto alle dichiarazioni del governatore ("non lasciare le sale in mano alle speculazioni", ha detto Rocca) e in più rispetto alle aperture di Laura Corrotti di FdI, la firmataria dell'emendamento suddetto ("bene il confronto", ha detto) e anche in più rispetto alla soddisfazione delle imprese e dei produttori (che "apprezzano" la volontà della regione) per capire se c'è spazio per un discorso più organico (anche i teatri spesso vivono la stessa parabola discendente) sulla ricomversione degli ex "presidi culturali", questione non meramente urbanistica. Non basta insomma un piano regolatore. Intanto, nei prossimi giorni, Rocca incontrerà altre categorie (a partire dai 100 autori) e sottoporrà la questione all'attenzione del ministero dei Beni Culturali.

Sussurri e grida

Le prime di Bridget Jones e di Eleonora Danco, un punch e cene d'autore

Avolte dobbiamo buttare giù i bocconi amari per colpa di alcuni uffici stampa, ma arrabbiarsi non

ODO ROMANI FAR FESTA

porta a niente, soprattutto se ti strillano addosso, perché tanto quello strillare è inversamente proporzionale alla loro importanza: meno contano, più lo fanno. Meglio allora concentrare le proprie energie e tutti gli applausi in Boccioni Amari-Semifreddo, il nuovo spettacolo di Eleonora Danco, al Teatro Vascello da oggi fino al 16 febbraio. La regista, attrice e performer - con Orietta Notari, Federico Majorana, Beatrice Bartoni e Lorenzo Ciambrelli - regala alla sua Roma una regia encomiabile che danza tra pregi, difetti, eccessi, imbarazzi, egoismi, sussurri e (altre) grida, poche luci e tante ombre di una famiglia osservata in due atti lunghi un ventennio, impreziosendo il tutto con le musiche di Marco Tucci e i costumi di Massimo Cantini Parrini. Beviamo un punch allo Stravinskij Bar dell'hotel de Russie con Valeria Golino, Beppe Fiorello e il team di Frette, e poi arriviamo di corsa in piazza della Repubblica, accolti da altri strilli, quelli dei fans di Renée Zellweger, in città per la prima di Bridget Jones: Un amore di ragazzo, come Aldo, proprietario di Pompidoro dal 1890, dove l'educazione e i sussurri sono di casa. Stanley Tucci, un habitué, ce lo conferma. Giuseppe Fantasia

NON SOLO SAN GIOVANNI: INCOMPIUTE GIUBILARI

CICLABILI, MANUTENZIONI, OSTELLI. DOPO UN MESE DALL'INIZIO DELL'ANNO SANTO MANCA ANCORA TROPPIA ROBA

Roma. Il Giubileo è iniziato, ma i cantieri non sono ancora finiti. Fino a poche settimane prima dell'inizio della manifestazione religiosa, il sindaco prometteva che almeno sarebbero state completate in tempo tutte quelle opere definite "essenziali e indifferibili", e cioè premeditate all'accoglienza dei pellegrini. Non è andata esattamente così. Se per piazza Pia, opera simbolo del Giubileo, si è arrivati in tempo, per altri cantieri importanti le aperture sono state solo parziali. Così è avvenuto in due casi in particolare: Piazza dei Cinquecento e Piazza San Giovanni. Per quanto riguarda la riqualificazione del piazzale davanti alla stazione Termini, come ammesso anche dal sindaco, i lavori sono stati completati solo per l'85 per cento. Perché la nuova piazza sia davvero pronta bisognerà aspettare fino a quest'estate. Piazza San Giovanni, invece, dopo l'apertura della Porta Santa lo scorso 28 dicembre, è stata parzialmente richiusa per completare il cantiere, si spera, entro fine marzo.

Oltre a questi casi macroscopici, ci sono altri importanti interventi che, pur essendo stati definiti "essenziali e indifferibili", non sono ancora stati completati. Uno di questi è stato eliminato ieri dalla lista delle "incompiute giubilari": il sindaco ha inaugurato la stazione San Pietro riqualificata, dove i lavori sono finalmente terminati. Era un'opera fondamentale: lo scalo ferroviario, infatti, è quello che consente ai pellegrini di arrivare in treno a pochi passi dal Vaticano. Ma se la stazione finalmente c'è, manca

ancora all'appello un'opera collegata: la pista ciclabile che da Monte Cioci, nel quartiere della Balduina, dovrebbe arrivare fino a via Nicolò V, a pochi passi dalla stazione e dal Vaticano. Anche questa era in ritardo tra le opere "essenziali e indifferibili", i lavori dovrebbero terminare entro marzo. Tuttavia, come

segnalato dai comitati di quartiere, il cantiere procede a rilento. In particolare, non è ancora stato completato il raccordo che dovrebbe permettere il passaggio del percorso dalla collina di Monte Cioci al vecchio ponte ferroviario. Inoltre, per quanto riguarda i lavori sul lato opposto, in via Nicolò V, nelle scorse

settimane sono state firmate una serie di determinazioni dirigenziali per l'autorizzazione di interventi preventivi, con scadenza a fine giugno, ben oltre il termine indicato finora dal Campidoglio. Un indizio di qualcosa che non sta andando come previsto.

Tra le incompiute giubilari c'è spazio per ogni genere di intervento. Un esempio di riqualificazione incompiuta di una strada è quello di via Giulia, dove i lavori sarebbero dovuti terminare in tempo per il Giubileo, ma sono ancora in corso. Mancano, poi, i 170 posti letto che dovevano essere messi a disposizione entro l'inizio dell'Anno Santo per i giovani pellegrini all'interno del padiglione 10 del complesso del Santa Maria della Pietà. Le riqualificazioni generali, invece, sono difficili da verificare. Ma basta fare una passeggiata sul Lungotevere, anche a pochi passi dalla rinomata piazza Pia, per accorgersi che sia la manutenzione straordinaria dei marciapiedi, sia la pulizia degli argini è stata completata solo a metà. Anche alcuni dei nuovi parchi d'affaccio sul Tevere, grande novità pensata per l'Anno Santo, attendono ancora di essere inaugurati. Infine, ci sono gli ospedali. Non sono ancora terminati i lavori di potenziamento in diversi nosocomi, compreso l'ospedale Santo Spirito, il più vicino al Vaticano. Questi interventi potranno certamente migliorare la sanità capitolina anche dopo il Giubileo, ma erano stati pensati proprio per adeguare gli ospedali all'afflusso straordinario di pellegrini in città.

Gianluca De Rosa

Lo spelacchio di Rai Natale. L'albero come conforto

Roma. Le certezze Rai sono ormai uno spelacchio. I dipendenti Rai hanno lasciato viale Mazzini e si sono affezionati all'albero di Natale. E' andata la Candelora, siamo al 6 febbraio, ma a Saxarubra, dove c'è la mensa Rai e le redazioni dei te, restano in piedi l'albero di Natale, il confessionale del raifurto. Sotto le sue spoglie il solito Carboni, il direttore di Rai Parlamento, quota M5s, ricorda ai suoi redattori: La Rai chiuderà. E' finita. E' il suo Memento Rai Mori. Il di-

rettore del Tg1, Chiochi, Al Pacino, ogni mattina guarda l'albero, insieme ai suoi vicedirettori, e sconsolato pensa: "Ma dove sono finiti i telegiornali". Risultato? Solo guardarlo mette tristezza, come la Rai. Nomine congelate come il piano Nuvola, un nuovo progetto per l'informazione, che non si sa in quale cantina sia finito. E' la Rai di oggi: la tv ferma all'Immacolata. Carmelo Caruso



Telese: "L'Esquilino non è un ghetto. Va difeso dai pusher"

Roma. La calma è apparente in via Guglielmo Pepe. I falò degli spacciatori sono spenti. Le siringhe sono state raccolte. La polizia di Roma Capitale presidia il rione Esquilino. E' dunque per Luca Telese, qui residente e aggredito lunedì scorso da Andrea "Tarzan" Alzetta - occultatore seriale e amico dell'assessore alla Cultura di Roma Massimiliano Smeriglio (Avs) - questa calma apparente "è comunque una vittoria". "Finché c'è la polizia - aggiunge poi l'oste Franco, amico del giornalista e del cineasta Matteo Garrone - tutto va bene. Il problema sarà dopo". E cioè quando gli spacciatori applicheranno ancora "er foco", e le siringhe pungeranno l'erbetta infastolata a Willy Monteiro Duarte. In questa piazza, comunque, a tre giorni dall'aggressione di Tarzan, gli stranieri siamo noi. Alle quattro del pomeriggio gli autoctoni non si vedono. Gli italiani residenti (molto sceneggiatori, registi e "molti autori Rai", conferma Telese) non ci sono. C'è solo lo studente d'un'università telematica che porta al guinzaglio il barbone a che mangi l'erbetta di via Guglielmo Pepe. Verso piazza Vittorio, due o tre anziane che odorano

di vintage store. Naftalina mista a polpo Tandori. Per il resto, asiatici in mascherina, tanto curry e Africa più o meno nera. Ed ecco. Adesso via Guglielmo Pepe e via Principe Amedeo. Tutto sembra essersi chetato da quando "Tarzan", sulla scia dei guitti allo Jovinelli, aggrediva Telese per aver proposto, nel corso di una riunione organizzata dal Polo Civico Cittadino, di recitare e

videosorvegliare nottetempo la zona. Zona che per i (pochi) residenti che incrociamo è un "mercato di monnezza e di eroina". E che però, adesso, sembra essersi rimessa in sesto. Senza spaccio né falò, ma con la sua coloratissima fauna che non si capisce se lavora o bighegliona. Come in un cessate il fuoco che durerà sinché la polizia sarà in servizio. E certo non manca l'olezzo etnico o il tanfo di erba, in questo via, nonostante il presidio in divisa. "Food of Rome and India", si legge passeggiando in piazza Vittorio dove pure la farmacia, di proprietà italianissima, mischia nell'insegnamento caratteri medio ed estremo orientale. "È una soddisfazione enorme - dice comunque Luca Telese - che il rione Esquilino possa liberarsi dal degrado, dalle siringhe e dal falò". Anche perché "l'Esquilino - aggiunge - non è un ghetto ma una Bibbia del contemporaneo. Un posto che merita di essere protetto dal degrado. Anche a costo di recinzioni, contro l'egemonia del negozionismo". E contro i fuochi dei pusher che insidiano, appunto, un posto unico al mondo.

Ginevra Leganza

Geronimo Stilton contro il cyberbullismo

Roma. Una speciale confezione di latte realizzata con l'immagine di Geronimo Stilton, il topo-giornalista amato dai ragazzi di tutto il mondo, e tre pillole contro il cyberbullismo. Fino ad aprile è in corso la campagna "Insieme contro il cyberbullismo". Insieme contro il cyberbullismo? Promossa da polizia di stato, Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco a Roma e nel Lazio. Un milione e mezzo di confezioni distribuite in bar e negozi di alimentari. "L'obiettivo è arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e ai più piccoli, con brevi messaggi per la sicurezza

in rete, per far comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione, contro i rischi che si nascondono nel web", spiega Luigi Rinella, direttore della Polizia scientifica. "La promozione di uno stile di vita sano e il sostegno alle nuove generazioni sono da sempre nostri capisaldi. Per questo abbiamo subito accolto", osserva il vicedirettore di Latte Sano, Simone Aiuti. Gli ultimi dati sul cyberbullismo registrano 319 casi a livello nazionale nel 2024 rispetto ai 284 del 2023 (+12 per cento), la maggior parte dei quali riguarda ragazzi tra i 14 e i 17 anni. (Gf. Rom)

La bandiera (semi abusiva) della Georgia su Palazzo Grazioli

Roma. C'è una bandiera più alta di tutto, a due passi da Piazza Venezia. Non è quella capitolina. Né europea, né italiana. O meglio: il tricolore in effetti c'è, oggi come allora, al piano nobile di Palazzo Grazioli - la fu residenza romana di Silvio Berlusconi. Ma due balconate sopra, sporgente da una superfontana edilizia, la sovrasta il vessillo della Georgia. Composito, quasi parallelo al terreno, per inclinazione e risalito ricorda semmai l'iconico drappo viscontiano in cima al Reichstag, più che la bandiera di un'ambasciata. Eppure questa è. In barba a ogni etichetta istituzionale, sfidando l'estetica di Via del Plebiscito - che poco più in là diventa Corso Vittorio, arteria nevralgica lungo quattro rioni - come una pagliuzza nell'occhio di Roma. Magari immobile, innocua (o è). Ma appena alzato lo sguardo al cielo è altrettanto difficile non notarla.

Ma ecco il colmo. Cercando di risalire (fiume delle competenze - dei suddetti tre punti di domanda - si arriva a scopriare un meraviglioso cortocircuito burocratico. Un passo alla volta: oggi Palazzo Grazioli ospita principalmente la sede della Stampa estera in Italia e, appunto, l'ambasciata della Georgia. La prima è situata al secondo piano - nella fu casa del Cav. - mentre

gli spazi diplomatici in corso Vittorio Emanuele II, numero 21. Poi il trasloco. Dalle immagini di Google Street View si può accertare che la bandiera sventola lassù almeno da agosto 2020. In un lustro, davvero nessuno se n'è accorto? Continuiamo il giro. Dalla giunta Gualtieri ci assicurano che no, questa faccenda non è ascrivibile ad alcun assessore: si dovrebbe chiedere alla Sovrintendenza Capitolina. Altre telefonate. La Sovrintendenza dice le man: non ha idea di chi se ne occupi, forse Roma Capitale - esiste un "Ufficio di scopo qualità urbana", onomasticamente no, nemmeno loro. E via così.

Alla fine, ci viene in soccorso l'amministrazione condominiale di Palazzo Grazioli. Un edificio privato, si sottolinea. Dove quel che è georgiani fanno al suo interno è difficilmente sindacabile: la bandiera è stata dipinta senza chiedere alcuna autorizzazione, non ritenendo che ce ne fosse bisogno. E in tutto questo tempo non è arrivata alcuna protesta formale. Dunque perché toglierla? Giusto. A Tbilisi sta bene così. Anche al decoro di Roma, evidentemente. Facciano pure gli inquilini dell'Urbe. Prossima tappa, gonfalone di Totti al Colosseo: *vaje a di de no*. Francesco Gottardi



Un libro consigliato

"Roma insolita e segreta". Bellezze artistiche, leggende e favole della città che non conoscete

Immortata anche in un dipinto di Jean-Baptiste Camille Corot, risalente al 1826, la palla di canone si staglia, come artificiale luna nera, al centro di una sontuosa fontana in granito. In asse perfetta con l'ingresso di Villa Medici, su viale Trinità dei Monti. La storia, meglio a dirsi la leggenda, che aleggia sulla palla di cannone finisce con il renderla ancora più interessante: la regina Cristina di Svezia, si narra, giunta a Roma e qui insediata, celebrò per i suoi interessi alchemici e per aver proprio a Roma stabilito un cenacolo filosofico e alchemico, avendo organizzato una battuta di caccia e resasi conto del ritardo serbato dal nobile residente a Villa Medici, da lei invitato, per farlo svegliare fece sparare tre colpi di cannone da Castel Sant'Angelo contro il suo domicilio. In effetti, sulla facciata del palazzo si stagliano tracce di cannonate. E, quindi, parve logico ipotizzare che la palla nera recuperata fosse una delle tre. E avendo citato l'alchimia, non si può omettere il peso della tradizione ermetica che promana dai bellissimi affreschi che ornano la volta di Villa Farnesina, costruita nel XVI secolo per Agostino Chigi, banchiere di origini senesi e considerato all'epoca l'uomo più ricco di Roma: Chigi, da buon banchiere, chiese a Baldassarre Peruzzi, che gli aveva progettato ed edificato il sontuoso palazzo, di realizzare in una delle sale, quella che oggi è conosciuta come Sala della Galatea, il suo oroscopo. Peruzzi, da buon artista alle prese con un banchiere, ce la mise davvero tutta e ottenne l'intero soffitto con le costellazioni zodiacali, seguendo la tradizione ermetica e iconografica ispirata alla mitografia greca. Spostandosi sul verdegiante colle Aventino, nel solsturo del Chiostro di Santa Sabina, dove può essere ammirato, attraverso una finestrella di forma ovale, il miracoloso albero di arancio portato dalla Spagna da San Domenico e, si dice, da seccato conservato in piena vita, ci si può accorgere, aguzzando bene la vista, che le formelle lignee del complesso ecclesiastico recano scene di Antico e Nuovo Testamento, una in particolare desta grande curiosità, quella che raffigura la persecuzione degli ebrei in Egitto. Infatti, il Faraone ha le sembianze di Napoleone Bonaparte, immortato mentre infligge sofferenze agli ebrei. L'opera nacque durante un restauro delle porte, risalente al XIX secolo, e in tutta evidenza a uno scultore che non aveva in particolare simpatia l'imperatore francese si prese quella libertà iconografica dall'ovvio significato politico-concettuale. Roma trascinata, letteralmente, di insolite curiosità, di luoghi d'arte come matronke riservano al visitatore sempre nuove sorprese: si crede, lo crediamo persino noi nativi dell'Urbe, di conoscere, almeno di nome, tutto. Palazzi, monumenti, rovine, chiese, singole opere d'arte. Eppure spesso finiamo con l'ignorare che molte delle sale delle antiche ville o le stesse rovine rachiudono, come scrigni, immensi e poco conosciuti segreti e storie che impreziosiscono luoghi, ambienti, manufatti. A colmare queste lacune di conoscenze, un utile volume di Ginevra Lovatelli, Adriano Morabito e Marco Gradolzi, "Roma insolita e segreta" (Edizioni Jangle), che in oltre trecentotrenta pagine riccamente illustrate percorre in lungo e in largo il ventre di Roma, dipanando bellezze artistiche, leggende, favole, impreziosite da tavole di approfondimento sull'ermetismo e su Ermete Trismegisto, su curiosità storiche. Memorabile il Garibaldi salvatore della campagna della Chiesa di Sant'Onofrio, al Gianicolo, chiamata "campana del Tasso" perché essa accompagnò con i suoi rintocchi l'agonia del poeta spirato nel vicino convento; durante i moti rivoluzionari del 1849, le campane delle chiese di Roma vennero confiscate per essere fuse e trasformate in palle di cannone. Giunti nella chiesa rivoluzionari trovarono il padre superiore che li supplicò di prendere tutte le altre campane ma di lasciare quella: irrimediabile nel loro proposito, i soldati vennero però fermati da Garibaldi che giunse sul posto venne a sapere della storia che lega la campana al Tasso, morto a soli cinquant'anni. Commosso, ordinò quindi di lasciarla dove era. Ecco, molto spesso non sono tanto le maestose scenografie architettoniche a colpirci quanto i dettagli e i particolari che rendono anche semplici oggetti, quale può essere una campana, dei frammenti irripetibili di una storia infinita. Andrea Vanzoni

Per segnalazioni scrivete a: romacapoccia@ilfolgio.it

L'INIZIATIVA

Campagna contro il cyberbullismo

Polizia di Stato, Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano "Insieme contro il cyberbullismo": è questo infatti il titolo della campagna per sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il bullismo in Rete. Il tutto, fanno sapere i promotori, portando il messaggio sulle tavole degli italiani perché «la colazione è la prima cosa che si fa quando si inizia la giornata e può essere anche un momento di confronto tra genitori e figli, di educazione e di informazione». Tavole e colazione, spieghiamo ancora meglio, perché una confezione di latte "speciale" sarà distribuita in bar, supermercati e negozi di alimentari di tutto il Lazio; una confezione speciale realizzata per l'occasione con tre pillole contro il cyberbullismo e l'immagine di Geronimo Stilton, il topo-giornalista amato dai ragazzi di tutto il mondo, nei panni del divulgatore.

«L'obiettivo che abbiamo - spiega Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica - è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione

quando navigano online, per riconoscere ed evitare di cadere nei rischi della rete».

«Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano - ha detto dal canto suo Simone Aiuti, vicedirettore generale dell'azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio - vi è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno da parte dell'azienda alle nuove generazioni, e più in generale alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna».

"Prima di postare pensa. Anche in rete le parole possono far soffrire", "Sei vittima di cyberbullismo? Non rimanere in silenzio, parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariato-dips.it" e poi ancora: "Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali", sono le frasi scelte dai promotori per la campagna e inserite nella confezione di cartone realizzata per l'occasione che verrà distribuita per tre mesi fino ad aprile, in bar, supermercati e nei piccoli negozi che vendono generi alimentari nel Lazio.



Peso: 12%



**RADIO ROMA
CAPITALE**
FM 93 Mhz

NEWS (/CATEGORIE/NEWS)

Confezione speciale del latte per “Insieme contro il cyberbullismo”

© 29/01/2025 15:40

panni di divulgatore: parte oggi la campagna di informazione “Insieme contro il cyberbullismo”, promossa da Polizia di Stato, Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio, e tra i principali produttori nazionali.

Il messaggio della confezione speciale

L'iniziativa ha il fine di sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il bullismo in rete e lo fa, dicono i promotori, portando il messaggio sulle tavole degli italiani con la confezione speciale perché “la colazione è la prima cosa che si fa quando si inizia la giornata e può essere anche un momento di confronto tra genitori e figli, di educazione e di informazione”.

Luigi Rinella della Polizia Scientifica

«L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere ed evitare di cadere nei rischi della rete», ha spiegato Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

Aumento del Cyberbullismo nel 2024

I dati raccolti a livello nazionale nel Rapporto annuale 2024 per la sicurezza cibernetica della Polizia Postale mostrano un aumento del fenomeno del cyberbullismo, con 319 casi registrati nell'ultimo anno rispetto ai 284 del 2023 (+12%). Di questi, 220 hanno riguardato ragazzi tra i 14 e i 17 anni, in aumento rispetto ai 205 casi del 2023. Nella

Simone Aiuti

«Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano vi è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno da parte dell'azienda alle nuove generazioni, e più in generale alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna», ha detto il vicedirettore generale dell'azienda, Simone Aiuti.

Con Latte Sano buone pratiche contro il bullismo virtuale

Riccardo Nissotti 29 Gennaio 2025



Al via *Insieme contro il cyberbullismo*, l'iniziativa promossa dalla Polizia di Stato, la Fondazione Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano



Parte dal primo febbraio la campagna di sensibilizzazione *Insieme contro il cyberbullismo*, promossa dalla **Polizia di Stato**, **Geronimo Stilton** e **Fattoria Latte Sano**. Strumento della nuova campagna un **cartone** di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton, il personaggio dei fumetti. Il cartone di latte fresco parzialmente scremato che intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo avrà una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi e sarà distribuito nei canali della **gdo** e del **normal trade** di tutto il **Lazio**. "Al centro di ogni iniziativa -dice il vice direttore generale dell'azienda **Simone Aiuti**- promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre [...] il **sostegno alle nuove generazioni** e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna".

Le pillole anti cyberbullismo

Tre i testi delle pillole presenti sul brick Latte Sano: "Prima di postare pensa. Anche online le parole possono fare soffrire. Parola di roditore!", oppure "Sei vittima di cyberbullismo? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai

sul sito commissariatodips.it" e ancora "Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali".

Farsi le ossa forti contro il cyberbullismo

"L'obiettivo è di **arrivare** -spiega **Luigi Rinella**, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica-, **attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini**, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete".

Fattoria Latte Sano: al via campagna contro cyberbullismo

Polizia di Stato a sostegno del progetto, con Geronimo Stilton testimonial d'eccezione



Parte dal primo febbraio prossimo la campagna di informazione "Insieme contro il cyberbullismo", promossa dalla Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata (Gdo) e nel canale normal trade.

Strumento della nuova campagna: un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto il mondo qui in veste di divulgatore speciale. E l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità.

L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo: e lo fa grazie al ruolo strategico svolto da un prodotto come Latte Sano, in grado di raggiungere le tavole dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione (12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermitici refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora). Elementi questi che lo rendono veicolo ideale per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli, specie durante la colazione, primo momento conviviale della giornata.

"L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete", spiega **Luigi Rinella**, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

L'importanza del progetto è sottolineata dal vice direttore generale dell'azienda **Simone Aiuti**: "Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna".

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano:

"Prima di postare PENSA. Anche on line le parole possono fare soffrire. Parola di roditore!".

"Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it".

"Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali".

La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della Gdo e del normal trade di tutto il Lazio.

ECONOMIA

Geronimo Stilton combatte il cyberbullismo con un brick di latte: la campagna

Fattoria Latte Sano, Polizia di Stato e il famoso roditore lanciano la campagna contro il bullismo virtuale. Le pillole sul cartone di latte acquistabile fino ad aprile



Redazione

30 gennaio 2025 16:02

Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano uniscono le forze per lanciare la campagna "Insieme contro il cyberbullismo". A partire dal 1 febbraio, si potrà acquistare un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton - protagonista di libri per bambini e ragazzi - e l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità.

L'obiettivo della campagna "Insieme contro il cyberbullismo"

L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo e lo fa grazie ad un prodotto come Latte Sano che ogni giorno raggiunge le tavole dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione (12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermici refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e EsL in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora).

"L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi

messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete", ha spiegato Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

"Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano - ha sottolineato il vice direttore generale dell'azienda Simone Aiuti - c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna".

Le pillole sul cartone di latte

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano: *"Prima di postare PENSA. Anche on line le parole possono fare soffrire. Parola di roditore!"* *"Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlame con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it"* *"Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali"*.

La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della GDO e del normal trade di tutto il Lazio.

29 Gennaio
2025

Di Gianfranco Ferroni

Partirà il primo febbraio la campagna di informazione "Insieme contro il cyberbullismo", promossa dalla Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata e nel canale normal trade. Strumento della nuova campagna: un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto il mondo, qui in veste di divulgatore speciale. E l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità. E il latte diventa un veicolo ideale per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli, specie durante la colazione, primo momento conviviale della giornata. "L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete", sottolinea Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica. E il vice direttore generale dell'azienda Simone Aiuti rileva che "al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna".

IA TV -
lle istituzioni260
URANIA TV



Latte Sano promuove una campagna contro il cyberbullismo

Partirà il primo febbraio la campagna di informazione “**Insieme contro il cyberbullismo**”, promossa dalla **Polizia di Stato, Geronimo**

Stilton e Fattoria Latte Sano. Lo strumento della nuova campagna è un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton e l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità. La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della Gdo e del normal trade di tutto il Lazio.

L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo. «L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni – spiega **Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica** –. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete».

«Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie – afferma **Simone Aiuti, vicedirettore generale di Fattoria Latte Sano** –. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna».

IL TRITAGONISTA

IL MEGLIO DI CIBO, VINO E SPETTACOLO

Parte dal primo febbraio prossimo la campagna di informazione **“Insieme contro il cyberbullismo”**, promossa dalla **Polizia di Stato, Geronimo Stilton**

e **Fattoria Latte Sano**, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio

e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata (GDO) e nel canale normal trade.

Strumento della nuova campagna: **un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti**

da **Geronimo Stilton**, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto

il mondo qui in veste di divulgatore speciale. E l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità.

L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo: e lo fa grazie al ruolo strategico svolto

da un prodotto come **Latte Sano, in grado di raggiungere le tavole**

dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione

(12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isoterme refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia,

per un totale di 87mila litri l'ora). Elementi questi che lo rendono veicolo ideale

per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli, specie durante la colazione,

primo momento conviviale della giornata.

“L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi

di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni.

L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere evitare di cadere nei rischi della rete”,

spiega Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

Sottolinea l'importanza del progetto il vice direttore generale dell'azienda

Simone Aiuti: *“Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è*

da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile

di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale,

alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo

per la realizzazione di questa campagna”.

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano:

“Prima di postare PENSA. Anche on line le parole possono fare soffrire.

Parola di roditore!”

“Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno

di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it”

Al via "Insieme contro il Cyberbullismo", l'iniziativa promossa dalla Polizia di Stato, la Fondazione Geronimo Stilton e la factory laziale per contrastare il fenomeno. Sempre più in aumento.

Parte dal primo febbraio prossimo la campagna di informazione "**Insieme contro il cyberbullismo**", promossa dalla **Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano**, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata (GDO) e nel canale normal trade. Strumento della nuova campagna: **un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton**, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto il mondo qui in veste di divulgatore speciale. E l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità. L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini

sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo: e lo fa grazie al ruolo strategico svolto da un prodotto come **Latte Sano, in grado di raggiungere le tavole dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione (12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isothermici refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora)**. Elementi questi che lo rendono veicolo ideale per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli, specie durante la colazione, primo momento conviviale della giornata.

*"L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete", spiega **Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica**. Sottolinea l'importanza del progetto il **vice direttore generale dell'azienda Simone Aiuti**: "Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna".*

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano:

"Prima di postare PENSA. Anche on line le parole possono fare soffrire. Parola di roditore!"

"Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it"

"Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali"

La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della GDO e del normal trade di tutto il Lazio.

LATTE SANO. Una confezione in pillole contro il bullismo virtuale

Al via "Insieme contro il Cyberbullismo", l'iniziativa promossa dalla Polizia di Stato, la Fondazione Geronimo Stilton e la factory laziale per contrastare il fenomeno. Sempre più in aumento.

📅 30/01/2025 📁 Categoria: Formaggi e latticini



Photo credits: fonte ufficio stampa

Parte dal primo febbraio prossimo la campagna di informazione "Insieme contro il cyberbullismo", promossa dalla Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata (GDO) e nel canale normal trade.

Strumento della nuova campagna: un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto il mondo qui in veste di divulgatore speciale. E l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità.

L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo: e lo fa grazie al ruolo strategico svolto da un prodotto come Latte Sano, in grado di raggiungere le tavole dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione (12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isoterme refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora). Elementi questi che lo rendono veicolo ideale per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli, specie durante la colazione, primo momento conviviale della giornata.

L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni.

L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete", spiega Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

Sottolinea l'importanza del progetto il vice direttore generale dell'azienda

Simone Aiuti: "Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna".

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano:

"Prima di postare PENSA. Anche on line le parole possono fare soffrire.

Parola di roditore!"

"Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it"

"Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione:

non condividete informazioni sensibili e dati personali!"

La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della GDO e del normal trade di tutto il Lazio.



AGEN FOOD

AGENZIA DI STAMPA

(Agen Food) – Roma, 29 gen. – Parte dal primo febbraio prossimo la campagna di informazione **"Insieme contro il cyberbullismo"**, promossa dalla **Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano**, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata (GDO) e nel canale normal trade.

Strumento della nuova campagna: un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto il mondo, qui in veste di divulgatore speciale. E l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità.

L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo: e lo fa grazie al ruolo strategico svolto da un prodotto come Latte Sano, in grado di raggiungere le tavole dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione (12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isoterme refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora). Elementi questi che lo rendono veicolo ideale per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli, specie durante la colazione, primo momento conviviale della giornata.

"L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete", spiega Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

Sottolinea l'importanza del progetto il vice direttore generale dell'azienda Simone Aiuti: "Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna".

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano:

"Prima di postare PENSA. Anche online le parole possono fare soffrire. Parola di roditore!"

"Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it"

"Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali"

La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della GDO e del normal trade di tutto il Lazio.



Latte Sano: una confezione in pillole contro il bullismo virtuale

Dall'Italia e dal Mondo > Latte Sano: una confezione in pillole contro il bullismo virtuale



Di

29/01/2025

Iniziativa promossa insieme a Polizia di Stato e Fondazione Geronimo Stilton Roma, 29 gen. (askanews) – Parte dal primo febbraio prossimo la campagna di informazione “Insieme contro il cyberbullismo”, promossa dalla Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata (GDO) e nel canale normal trade.

Strumento della nuova campagna: un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto il mondo qui in veste di divulgatore speciale. E l'invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità.

L'iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull'importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo: e lo fa grazie al ruolo strategico svolto da un prodotto come Latte Sano, in grado di raggiungere le tavole dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione (12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isoterme refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l'ora). Elementi questi che lo rendono veicolo ideale per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli,

specie durante la colazione, primo momento conviviale della giornata.

“L'obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni.

L'iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l'importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete”, spiega Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

Sottolinea l'importanza del progetto il vice direttore generale dell'azienda Simone Aiuti: “Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c'è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell'efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell'azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna”.

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano: “Prima di postare PENSA. Anche on line le parole possono fare soffrire. Parola di roditore!”, “Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it”, “Amici roditori, avete l'età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali”.

La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della GDO e del normal trade di tutto il Lazio.

Latte Sano: una confezione in pillole contro il bullismo virtuale

Iniziativa promossa insieme a Polizia di Stato e Fondazione Geronimo Stilton

GEN 29, 2025  Cyberbullismo

Roma, 29 gen. (askanews) – Parte dal primo febbraio prossimo la campagna di informazione “Insieme contro il cyberbullismo”, promossa dalla Polizia di Stato, Geronimo Stilton e Fattoria Latte Sano, azienda leader nella produzione di latte fresco nel Lazio e terza in Italia, considerando la sua presenza nella grande distribuzione organizzata (GDO) e nel canale normal trade.

Strumento della nuova campagna: un cartone di Fattoria Latte Sano ideato ad hoc, con tre consigli su come combattere il bullismo virtuale suggeriti da Geronimo Stilton, popolare personaggio dei fumetti amato dai ragazzi di tutto il mondo qui in veste di divulgatore speciale. E l’invito a visitare il sito della Polizia di Stato in caso di necessità.

L’iniziativa intende sensibilizzare i cittadini sull’importanza di mettere in atto buone pratiche per contrastare il cyberbullismo: e lo fa grazie al ruolo strategico svolto da un prodotto come Latte Sano, in grado di raggiungere le tavole dei consumatori laziali grazie alla sua capillare rete di distribuzione (12.000 punti vendita serviti ogni giorno nella regione da oltre 200 mezzi isotermici refrigerati) e alla sua capacità produttiva (75mila litri di latte fresco confezionati ogni ora, insieme ai 12mila litri di Uht e Esl in bottiglia, per un totale di 87mila litri l’ora). Elementi questi che lo rendono veicolo ideale per trasmettere informazioni in pillole a genitori e figli, specie durante la colazione, primo momento conviviale della giornata.

“L’obiettivo che abbiamo è quello di arrivare, attraverso un alimento di uso quotidiano, alle famiglie e in particolare ai bambini, anche i più piccoli, con brevi messaggi di sicurezza in rete che possano essere utili nella vita di tutti i giorni. L’iniziativa vuole stimolare la loro naturale curiosità, per far sì che possano gradualmente comprendere l’importanza di mantenere sempre alto il livello di attenzione quando navigano online, per riconoscere e evitare di cadere nei rischi della rete”, spiega Luigi Rinella, direttore centrale per la Polizia Scientifica e la sicurezza cibernetica.

Sottolinea l’importanza del progetto il vice direttore generale dell’azienda Simone Aiuti: “Al centro di ogni iniziativa promossa da Fattoria Latte Sano c’è da sempre una politica fondata su due pilastri: la promozione dell’efficacia di uno stile di vita sano e il sostegno dell’azienda alle nuove generazioni e, più in generale, alle famiglie. Per questo abbiamo accettato con piacere di fornire il nostro contributo per la realizzazione di questa campagna”.

Tre i testi delle pillole presenti su uno dei lati del brick Latte Sano: “Prima di postare PENSA. Anche on line le parole possono fare soffrire. Parola di roditore!”, “Sei vittima di CYBERBULLISMO? Non rimanere in silenzio: parlane con qualcuno di cui ti fidi o vai sul sito commissariatodips.it”, “Amici roditori, avete l’età giusta per i social? Sì? Usateli comunque con attenzione: non condividete informazioni sensibili e dati personali”.

La confezione speciale, esclusivamente di latte fresco parzialmente scremato, proveniente da allevamenti selezionati della regione, sarà disponibile fino ad aprile, con una tiratura prevista di 1.500.000 pezzi, nei canali della GDO e del normal trade di tutto il Lazio.