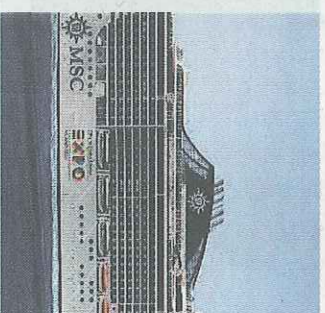


La Coop: liberalizzare i farmaci

Expo, partnership con Msc Crociere

«Vogliamo una vera liberalizzazione. I farmaci possono costare meno così come testimoniano la nostra esperienza, seppur limitata dalle attuali normative, nella vendita dei farmaci da banco». Lo chiede la Coop, sollecitando una «vera liberalizzazione che dia la possibilità alle parafarmacie di diventare vere farmacie».

Msc Crociere è l'Official Cruise Carrier di Expo. La compagnia ha scelto di farsi portavoce dell'evento, il cui logo comparirà sulla fiancata di Msc Fantasia per tutto il 2015. Msc sarà rivenditore autorizzato Expo e potrà offrire ai passeggeri la possibilità di acquistare i biglietti della manifestazione direttamente a bordo.



Artigiano in Fiera sbarca in Cina

L'handmade di qualità de L'Artigiano in Fiera e di Artimondo sbarca in Cina. Ge.Fi. - Gestione Fiere Spa ha infatti firmato con Izp Technologies Group un accordo che condurrà nel mercato cinese i migliori prodotti artigianali italiani. Le due aziende si sono impegnate a sviluppare un progetto comune sul portale web Haixuan.

Mare

Ligabue, nuove assunzioni all'estero e rotta verso Arabia e Sud America

L'ad: nel 2014 i ricavi sono cresciuti del 19%, ma non ci fermiamo

Marchio storico
Il gruppo Ligabue è nato nel 1919 a Venezia
Nella foto in basso l'amministratore delegato Inti Ligabue

ELEONORA VALLIN

Il 2014 si è chiuso con 250 milioni di tesoretti ordini per prossimi due anni. «Ma non ci vogliamo fermare» precisa Inti Ligabue, amministratore delegato dell'omonimo gruppo che offre servizi di catering e alberghieri su navi, piattaforme petrolifere e grandi cantieri.

Una storia imprenditoriale iniziata nel 1919, quella di Ligabue: quando il fondatore Anacleto riforniva le navi della Società Veneziana di Navigazione nel porto di Venezia. Da allora, il gruppo è diventato multinazionale, imponendosi nei mercati del mondo con oltre 26 milioni di pasti serviti l'anno. Nel 2014 la forza lavoro è aumentata del 30%, purtroppo solo all'estero; ma «se le nuove prospettive di sviluppo ce lo permetteranno, assumeremo anche qui» anticipa Inti, figlio di Giancarlo Ligabue.

Ligabue è un gruppo composto da 15 società con quartier generale a Venezia e sedi in 14 Paesi. Suddiviso in 5 diverse aree di business (ship supply, cargo, industrial, ferries, cruise) nel 2014 ha sviluppato ricavi per 220 milioni (+19% sul 2013 che era stato archiviato a 198 milioni) dando occupazione a 6mila collaboratori, di cui 250 in Italia. Fornisce le più importanti compagnie armatoriali italiane ed europee, è leader nel

IL GRUPPO DEL CATERING



di Vincenzo Onorato e Gruppo Grimaldi, Chevron, Transocean, Conoco Phillips e Sonatrach.

La strategia per il prossimo triennio è quella di concentrare il business su due segmenti: industrial e ship supply. Solo il primo pesa per oltre il 60% sul fatturato del gruppo. «L'obiettivo - spiega l'ad - è lo sviluppo della ristorazione e dei servizi supporto nelle aree del Sud America, Perù e Brasile in testa, ma anche in Arabia, Algeria e Kazakistan». «E' nostra intenzione però - precisa - mantenere tutte le business area: la diversificazione è stato il nostro punto di forza negli anni Ottanta quando il settore industriale

valava solo un terzo del business, che era trattato dalla crocieristica. Seguendo Eni, abbiamo imparato il mestiere e oggi lavoriamo da player internazionale». Il rapporto nasce negli anni Settanta: «La scelta dei mercati da presidiare è stata inizialmente il linea con le strategie di Eni - dice Ligabue -. Ma oggi stiamo seguendo anche altre importanti realtà e il portafoglio si è ampliato». E l'Italia?

«E' un mercato fermo - chiude il ceo -. Ma il made in Italy nella ristorazione ha un valore fondamentale che sviluppiamo con qualità, soprattutto fuori confine». Sulla torta dei ricavi oggi l'estero pesa oltre il 70%.

SECONDA GUERRA MONDIALE

IMMAGINI DAL FRONTE, DALLA MAGINOT A HIROSHIMA

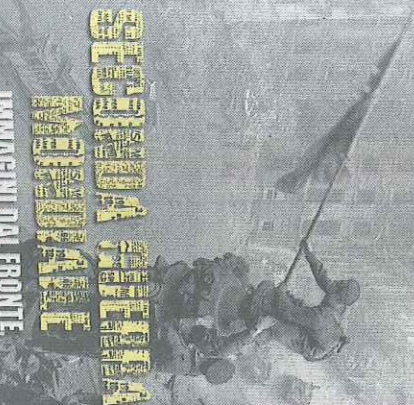
1945-2015 Settant'anni fa, la fine del più grande conflitto armato della storia.

Un'incredibile sequenza di immagini tratte dagli archivi ANSA e dei suoi partner internazionali (Deutsche Presse-Agentur, Bridgeman, Associated Press) per raccontare i fronti di combattimento, i fatti, i personaggi, le armi e i segreti della seconda guerra mondiale. La «guerra lampo» di Hitler in Polonia, Belgio e Francia. La battaglia d'Inghilterra, l'epica «caccia alla Bismarck», il pericolo U-boat nell'Atlantico, il conflitto navale nel Mediterraneo tra la Regia Marina e la Home Fleet britannica. La guerra nel deserto, da Marsa Matruh a El Alamein. Pearl Harbor e l'offensiva giapponese in Estremo Oriente.

La campagna d'Italia, lo sbarco in Sicilia, Monte Cassino, la Linea Gotica, l'attacco alla «fortezza Europa», lo sbarco in Normandia, Bastogne e la decisiva conquista del ponte di Remagen. La battaglia di Russia, l'operazione Barbarossa, la resistenza di Stalingrado, poi la rincorsa inesorabile dell'Armata Rossa, da Kursk, dove si combatte la più grande battaglia di mezzi corazzati di sempre, alla caduta di Berlino. Nel Pacifico: la svolta di Midway, Guadalcanal, Iwo Jima, Okinawa. E l'epilogo: Hiroshima e Nagasaki. Immagini del fronte. La seconda guerra mondiale, come non l'avete mai vista.

IMMAGINI DELLO STORIA

MARCO CASPARINI



IMMAGINI DAL FRONTE

NOTTE MAGNINOT A HIROSHIMA

