

Click to verify













## Ponte pubblicita levissima

La sfida di Matteo Salvini al Quirinale sul tema dei controlli antimafia al Ponte sullo Stretto innesca le reazioni dell’opposizione. Su input del vicepremier, la Lega ha annunciato di voler presentare un emendamento per reinserire nel decreto Infrastrutture la norma che accentrava le procedure in capo al Viminale, rimossa su input del Colle. Nella narrazione di Salvini, l’accentramento servirebbe a rafforzare la prevenzione sull’opera: una versione però smentita dall’Ufficio stampa della Presidenza della Repubblica, secondo cui invece la procedura speciale “autorizza anche a derogare ad alcune norme previste dal Codice antimafia”. Sullo scontro in atto interviene il presidente M5s Giuseppe Mai: Salvini “passerà alla storia come il ministro delle Infrastrutture che ha assicurato il ritardo dei treni, l’insicurezza delle strade, perché ha rastrellato tutti i soldi che erano destinati alle provinciali, alla manutenzione che serve alla sicurezza dei cittadini, per concentrarli sul Ponte sullo stretto da cui è ossessionato, ma che temo non si realizzerà mai”, attacca da Triggiano (Bari), parlando a margine di un appuntamento elettorale. “Per giunta, nella sua logica di velocizzare tutto e passare alla storia velletariamente, voleva addirittura anche smantellare alcuni presidi anticorruzione fondamentali. Di qui, l’intervento del Quirinale. Salvini ha avuto un chiarimento che lo dovrebbe zittire almeno per qualche giorno”, afferma. Nelle ultime ore il ministro ha rilanciato la sua versione in modo provocatorio: “Non penso che il Quirinale sia contro gli organismi antimafia. Spero che nessuno dica di no a maggiori controlli”, ha detto. Parole contro cui si scaglia il portavoce dei Verdi Angelo Bonelli: “Con le sue dichiarazioni, Salvini apre formalmente uno scontro istituzionale senza precedenti. Alludere che il Quirinale sia contrario ai controlli antimafia è un atto gravissimo. È inammissibile che un vicepresidente del Consiglio, pur di difendere le sue ossessioni propagandistiche sul Ponte sullo Stretto, tiri in ballo il Presidente della Repubblica e strumentalizzi la lotta alla mafia per fini politici. La verità è che Salvini vuole mani libere sui controlli e sulle norme antimafia perché teme che le inchieste delle cinque Procure sui rischi di infiltrazioni mafiose negli appalti del Ponte facciano saltare il suo disegno. Chiediamo che Giorgia Meloni prenda immediatamente le distanze da questo attacco al Quirinale e fermi Salvini”, dichiara. Duro anche il segretario di +Europa Riccardo Magi: “Matteo Salvini sta costruendo il suo Ponte sullo Stretto facendosi beffe della legalità e a spese della sicurezza stradale dei cittadini di tutto il resto d’Italia. Prima elimina i controlli antimafia, che invece andrebbero rafforzati per un’opera ad alto rischio infiltrazioni come il Ponte sullo Stretto; una vera e propria vergogna che arriva proprio nei giorni in cui si commemora la strage di Capaci; ora, invece, taglia del 70% i fondi alle Province riservati alla riparazione di buche, guardrail e manutenzione ordinaria necessaria per rendere le strade più sicure: si tratta di interventi che in alcune Province erano già stati programmati e già sono state svolte le gare d’appalto. Purtroppo non è improvvisazione, ma è il costo della campagna elettorale perenne che Matteo Salvini fa pagare ai cittadini italiani”. L’ULTIMO NUMERO - Maggio 2025
Gli apostoli della tecnologia Levissima, da sempre attenta e costantemente impegnata nella sostenibilità ambientale, realizza uno spot dall’anima green, un film realizzato secondo linee guida che prevedono una produzione a basso impatto ambientale riducendo al minimo gli sprechi e le emissioni di CO2. Levissima, aderendo al Protocollo Albert, una vera e propria autorità a livello internazionale sulla sostenibilità ambientale per la realizzazione di film e spot pubblicitari, porta questo interesse anche sul set: un progetto speciale che potrà essere d’esempio e d’ispirazione anche per altre marche. Lo spot sostenibile si inserisce all’interno del progetto Levissima Regeneration e punta a promuovere stili di vita sostenibili. Volge a una logica di economia circolare sostenendo l’importanza dell’uso responsabile delle risorse e la cultura del riciclo. È proprio da qui, infatti, che nasce la volontà del brand di adottare pratiche ecosostenibili anche per la realizzazione del nuovo spot pubblicitario. “Lo spot ha un forte potere comunicativo e intende essere in prima linea nel promuovere il rispetto dell’ambiente. Abbiamo deciso di farlo realizzare tramite uno strumento chiaro e ben definito, per migliorare la sostenibilità nei vari passaggi della sua concretizzazione. Per questo abbiamo deciso di far adottare un vero e proprio disciplinare: il protocollo ALBERT, un’autorità sulla sostenibilità ambientale per la realizzazione di film e spot pubblicitari promossa anche da Bafta e basata su criteri di sostenibilità e su azioni concrete, verificabili e conformi al progetto”.
Dichiara Ilenia Ruggeri – Head of Marketing, Innovation, CCSD Local in Sanpellegrino. Ma di cosa si tratta nello specifico il protocollo Albert? Ad ogni team della produzione è stato chiesto di tenere un registro della gestione dei rifiuti, dell’energia utilizzata e di qualsiasi informazione sui fornitori e sul loro background. Questo sia in fase di costruzione sia in fase di riproduzione e realizzazione dello spot. Ogni individuo, ogni reparto ed ogni fornitore ha aiutato la produzione e Levissima a raggiungere questo obiettivo con l’utilizzo, ad esempio, di veicoli a minor impatto ambientale. La produzione ha ridotto al minimo gli sprechi e le emissioni di CO2. Tutti i prodotti di carta sono stati ottenuti da una fonte riciclata ed è stato chiesto di spegnere, appena possibile, le luci e la corrente. Questi accorgimenti sono stati adottati anche per la parte costumi, hair&make-up e catering, utilizzando prodotti sostenibili e di provenienza etica, e così via… Secondo il protocollo Albert, lo spot di Levissima si è aggiudicato ben due stelle su tre e la percentuale di aderenza al protocollo durante la realizzazione dello spot arriva al 76%: un vero e proprio record nelle produzioni audiovisive che hanno già aderito allo stesso. Ma l’impegno di Levissima, nell’ottica della sostenibilità, non si ferma qui. L’azienda ha infatti deciso di compensare il ridotto impatto ambientale scaturito dalla realizzazione dello spot sostenendo un’iniziativa a favore della comunità e della Valtellina, territorio di origine dell’acqua e dove lo spot, in parte, è stato girato. Un impegno a favore della riqualificazione di un’area attualmente degradata, promossa dal Comune di Valdisotto. Area su cui sarà avviata la produzione biologica di ortaggi ed essenze locali e dove saranno insegnate tecniche di coltivazione, con attività sociali finalizzate a generare benefici inclusivi nella comunità. Ecco che Levissima, ancora una volta, porta la forza e la purezza della natura incontaminata nella vita delle comunità per rinviarle e farle crescere in modo condiviso! La campagna pubblicitaria di Levissima, in tv da domenica 21 marzo per tutta la stagione sulle principali reti nazionali e satellitari, riporta un forte messaggio: Levissima è capace di rigenerare ognuno di noi, grazie alla sua estrema purezza che nasce dai luoghi di alta montagna dai quali proviene. Levissima è l’acqua che nasce pura dalle sorgenti d’alta quota e che riesce a dare con ogni sorso una sensazione di immediata, intensa rigenerazione. Come se i luoghi incontaminati da cui proviene diventassero parte di noi stessi. Uno spot che ha l’obiettivo di portare nel quotidiano quella natura incontaminata che è ormai patrimonio del brand e quella purezza capace di rigenerarci ogni giorno, sorso dopo sorso. Attraverso un key visual di grande impatto, Ogilvy mette in scena l’effetto rigenerante di un’acqua che nasce dalle Alpi Italiane e arriva fino a noi con la sua intensa purezza. È come se la natura da cui proviene Levissima irrompesse nella vita quotidiana di ognuno di noi per farci sentire tutta la sua vitalità. Levissima sostiene l’uso responsabile delle risorse e la cultura del riciclo. Per questo motivo la produzione dello spot, a cura di Indiana Production, è stata resa interamente eco-sostenibile ottenendo il riconoscimento del Protocollo Albert, un’organizzazione ambientale che incoraggia l’industria televisiva e cinematografica a ridurre i rifiuti e le emissioni di carbonio. Di Andrea Ducci Dal via libera del ministero dell’Ambiente ai tempi per l’inizio dei lavori fino al costo totale dell’opera: tutto quello che c’è da sapere
Il rendering del Ponte sullo Stretto di Messina Il 21 maggio la Commissione per la Valutazione dell’Impatto Ambientale ha dato l’ok finale al progetto esecutivo del ponte. Ma questo via libera cosa comporta? Con il parere favorevole sulla valutazione ambientale e paesaggistica e l’approvazione del Consiglio dei ministri dell’attestazione Iropi (l’informativa con l’attestazione dei motivi di rilevante interesse pubblico), il ministero di Gilberto Pichetto Fratin può ora attivare le comunicazioni alla Ue previste dalla direttiva Habitat, ossia le regole per la salvaguardia della biodiversità mediante la conservazione degli habitat naturali. A che punto è l’iter autorizzativo del Ponte? Dopo l’informativa del ministero dell’Ambiente alla Ue, il Comitato interministeriale per la programmazione economica e lo sviluppo sostenibile (Cipess) potrà approvare il progetto definitivo, avviando così la fase realizzativa. Il Cipess cosa deve autorizzare ancora?Il Comitato, oltre al progetto definitivo, approva il piano economico finanziario che accetterà l’esistenza della copertura per l’intero fabbisogno dell’opera. LEGGI ANCHE Il governo deve trasmettere a Bruxelles un’informativa sul progetto, in particolare di cosa si tratta?Il governo deve ancora trasmettere l’attestazione Iropi e il piano sulle misure compensative per garantire la rete Natura di tutti gli italiani, ha fatto crescere la consapevolezza e la scelta di valori autentici, semplici e con un legame al territorio. Valori che appartengono all’acqua minerale che nasce nel cuore delle Alpi Centrali. Proprio nella nuova comunicazione Levissima ripercorre le sue origini con uno storytelling e una scelta di immagini che rappresentano la voglia di riconnettersi con i luoghi incontaminati di alta montagna. Sulle note di “Heroes” di David Bowie, il commercial ha come protagonisti l’iconica vetta bianca Levissima, uno scalatore che, zaino in spalla, si prepara a raggiungerla e una giovane fotografa alla ricerca dello scatto perfetto, nella quiete dei paesaggi limpidi e intatti. Lo spot firmato da Ogilvy è in onda dal 10 maggio sulle principali reti televisive in un formato da 15 secondi. La comunicazione sostiene il posizionamento di Levissima come l’acqua “per la tua sete di purezza” ovvero una fonte di idratazione pura e naturale che ti accompagna ogni giorno. La pianificazione è gestita da Dentsu. Da domenica 21 marzo 2021 viene trasmesso in tv il nuovo spot Levissima, quello in cui la voce narrante recita: “C’è un’acqua che ti rigenera ad ogni sorso, con la sua estrema purezza. E’ Levissima che sgorga in alta quota dalle Alpi italiane. Rigenerati con la forza della purezza. Altissima, purissima, Levissima.». Questa spettacolare pubblicità dall’anima green, che si inserisce nel progetto “Levissima Regeneration”, è stata realizzata secondo linee guida che prevedono una produzione a basso impatto ambientale, riducendo al minimo gli sprechi e le emissioni di CO2. La pubblicità punta a promuovere stili di vita sostenibili, sostenendo l’importanza dell’uso responsabile delle risorse e la cultura del riciclo. Per quel che concerne la location, la campagna è stata in parte girata nella Valtellina, territorio di origine di quest’acqua. Levissima sostiene inoltre un’iniziativa a favore della comunità e della Valtellina, impegnandosi a riqualificare un’area attualmente degradata, promossa dal Comune di Valdisotto. In quest’area verrà avviata la produzione biologica di ortaggi ed essenze locali e verranno inoltre insegnate le tecniche di coltivazione, con attività sociali finalizzate a generare benefici inclusivi nella comunità. Mi avete anche chiesto quale sia il ponte che vediamo all’inizio della spettacolare pubblicità. Beh, si tratta del Ponte Gobbo (detto anche Ponte Vecchio o Ponte del Diavolo), antico ponte di profilo irregolare, che attraversa il fiume Trebbia a Bobbio, in provincia di Piacenza. La musica, infine, credo sia stata realizzata appositamente per lo spot, ma se avrò altre informazioni in merito, non esiterò ad aggiornare l’articolo. BEVERFOOD NEWS - È in onda a partire da domenica 15 febbraio sulla rete satellitare Sky il nuovo spot pubblicitario Levissima, l’acqua minerale naturale prodotta in Alta Valtellina, diventata ormai archetipo e sinonimo di purezza. Protagonista di questa campagna è Reinhold Messner, testimonial Levissima che da tempo incarna i valori e i messaggi di cui l’azienda vuole essere portatrice. Siamo in alta montagna. Reinhold Messner è arrivato sulla cima di vette altissime e incontaminate, assapora il silenzio, la pace e l’atmosfera di un paesaggio che infonde serenità. Messner prova una sensazione di equilibrio e di benessere, sentendosi parte di questo paesaggio maestoso che racchiude la fonte di Levissima, l’Acqua più pura. La creatività di questa nuova campagna multi soggetto da 15” introduce per la prima volta i benefici della purezza di Levissima: l’acqua come fonte di rigenerazione del corpo e della mente. La purezza di Levissima porta a sentirsi parte della natura e a ritrovare così il proprio equilibrio. L’armonia e la pace che si respirano in alta montagna sono enfatizzate dalle note calde ed emozionanti della colonna sonora dello spot firmata da Roberto Cacciapaglia. La nuova campagna è stata realizzata dall’agenzia Lowe Pirella Fronzoni con la Direzione creativa di Umberto Casagrande e Francesco Bozza e la Regia: Dario Piana. La Casa di produzione è la Film Master + INFO: Ufficio Stampa Levissima Ketchum Sonia Silvani - tel. 02/6241197 Chiara Giacioletto Papas - tel. 02/62141192 Maria Caso - tel. 02/62411938 - Relazioni Esterne Sanpellegrino SpA Debora Domenici tel.02/31971 INFOFLASH/LEVISSIMA L’acqua minerale Levissima sgorga da sorgenti di alta quota, in un ambiente incontaminato che consente a Levissima di mantenere un posizionamento distintivo e unico tra le acque minerali italiane, sinonimo di purezza, natura e alta montagna, grazie al suo legame indissolubile con il territorio d’origine - l’Alta Valtellina - riconosciuto e rinomato come un “grande parco verde” nel cuore delle Alpi. Levissima è un’acqua oligominerale disponibile nella versione naturale (non gasata), leggermente frizzante (Allegra) e intensamente frizzante. Distribuita capillarmente su tutto il territorio nazionale, l’acqua minerale Lievissima è la marca più venduta tra le acque minerali del Gruppo Sanpellegrino Nestlé Waters Italia. +INFO: www.levissima.it INFOFLASH/REINHOLD MESSNER Reinhold Messner è un alpinista ed esploratore italiano di lingua tedesca, da molti considerato il miglior alpinista di sempre. Il suo nome è legato a innumerevoli esplorazioni ed arrampicate ma è noto al grande pubblico per essere stato il primo alpinista ad aver scalato tutti gli “ottomila”, ossia le quattordici cime che superano gli 8000 metri sul livello del mare. Nel 1978 è stato il primo uomo a scalare l’Everest senza l’ausilio di ossigeno, effettuando l’ascesa insieme a Peter Habeler. Tale impresa, ritenuta sino ad allora impossibile, è stata persino superata da Messner stesso nel 1980, quando è divenuto il primo uomo a raggiungere la vetta della montagna più alta del mondo, senza ossigeno ed in solitaria. Tra le altre imprese, vanno senz’altro ricordate le traversate dell’Antartide e della Groenlandia senza il supporto di mezzi a motore o cani da slitta e la traversata del Deserto dei Gobi (fonte: Wikipedia) Se volete ricevere con regolarità la segnalazione di tutte le nostre news sul settore del beverage, iscrivetevi gratuitamente alla nostra bevernews. -> ISCRIZIONE CONSULTA LA NUOVA SEZIONE DOCUMENTAZIONE: --> bevande analcoliche LE ALTRE BEVERNEWS DELLA SEZIONE: --> bevande analcoliche Tu cosa ne pensi? Scrivi un commento (0) Levissima, da sempre attenta e costantemente impegnata nella sostenibilità ambientale, realizza uno spot dall’anima green, un film realizzato secondo delle linee guida che prevedono una produzione a basso impatto ambientale riducendo al minimo gli sprechi e le emissioni di CO2. Levissima, aderendo al Protocollo Albert, una vera e propria autorità a livello internazionale sulla sostenibilità ambientale per la realizzazione di film e spot pubblicitari, porta questo interesse anche sul set: un progetto speciale che potrà essere d’esempio e d’ispirazione anche per altre marche. “Lo spot ha un forte potere comunicativo e intende essere in prima linea nel promuovere il rispetto dell’ambiente. Abbiamo deciso di farlo realizzare tramite uno strumento chiaro e ben definito, per migliorare la sostenibilità nei vari passaggi della sua concretizzazione. Per questo abbiamo deciso di far adottare un vero e proprio disciplinare: il protocollo ALBERT, un’autorità sulla sostenibilità ambientale per la realizzazione di film e spot pubblicitari promossa anche da Bafta e basata su criteri di sostenibilità e su azioni concrete, verificabili e conformi al progetto”. Dichiara Ilenia Ruggeri – Head of Marketing, Innovation, CCSD Local in Sanpellegrino. Ad ogni team della produzione è stato chiesto di tenere un registro della gestione dei rifiuti, dell’energia utilizzata e di qualsiasi informazione sui fornitori e sul loro background. Questo sia in fase di costruzione, di riproduzione e di realizzazione dello spot. Ogni individuo, ogni reparto ed ogni fornitore ha aiutato la produzione e Levissima a raggiungere questo obiettivo con l’utilizzo, ad esempio, di veicoli a minor impatto ambientale. La produzione ha ridotto al minimo gli sprechi e le emissioni di CO2. Tutti i prodotti di carta sono stati ottenuti da una fonte riciclata ed è stato chiesto di spegnere, appena possibile, le luci e la corrente. Questi accorgimenti sono stati adottati anche per la parte costumi, hair&make-up e catering, utilizzando prodotti sostenibili e di provenienza etica, e così via. Secondo il protocollo Albert, lo spot di Levissima si è aggiudicato ben due stelle su tre e la percentuale di aderenza al protocollo durante la realizzazione dello spot arriva al 76%: un vero e proprio record nelle produzioni audiovisive che hanno già aderito allo stesso. Lo spot sostenibile si inserisce all’interno del progetto Levissima Regeneration e punta a promuovere stili di vita sostenibil in una logica di economia circolare sostenendo l’importanza dell’uso responsabile delle risorse. È proprio da qui, infatti, che nasce la volontà del brand di adottare pratiche ecosostenibili anche per la realizzazione del nuovo spot pubblicitario. L’impegno di Levissima, non si ferma qui: il ridotto impatto ambientale scaturito dalla realizzazione dello spot verrà compensato sostenendo un’iniziativa a favore della comunità e della Valtellina, territorio di origine dell’acqua e dove lo spot, in parte, è stato girato. Un impegno a favore della riqualificazione di un’area attualmente degradata, promossa dal Comune di Valdisotto. Area su cui sarà avviata la produzione biologica di ortaggi ed essenze locali e dove saranno insegnate tecniche di coltivazione, con attività sociali finalizzate a generare benefici inclusivi nella comunità. La campagna pubblicitaria di Levissima, in tv da domenica 21 marzo per tutta la stagione sulle principali reti nazionali e satellitari, riporta un forte messaggio: Levissima è capace di rigenerare ognuno di noi, grazie alla sua estrema purezza che nasce dai luoghi di alta montagna dai quali proviene. Levissima è l’acqua che nasce pura dalle sorgenti d’alta quota e che riesce a dare con ogni sorso una sensazione di immediata, intensa rigenerazione. Come se i luoghi incontaminati da cui proviene diventassero parte di noi stessi.