

# NETMEDIACOM

Quotidiano Digitale | Iscrizione Registro Stampa Tribunale di Roma nro. 49/2025 del 08/05/2025  
Testata periodica telematica di attualità, politica, cultura, economia, finanza e tempo libero  
Editore e Proprietario: NETMEDIACOM SRL - Via dell'Orso 73 - 00186 Roma (RM) - ROC 43064  
REA RM-1758948 - P. IVA IT-18059711004 - ISP BT Italia SpA - Via Tucidide 56 - 20134 Milano  
Aut. DGSCER/1/FP/68284 | Netmediacom è un marchio depositato di NETMEDIACOM SRL  
Website: [netmediacom.it](http://netmediacom.it) | Direttore Responsabile: Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

## **UN NUOVO STUDIO SULLE MEDUSE HA PRODOTTO RISULTATI STUPEFACENTI**

*Memoria e curiosità anche senza cervello*

di **\*\*REDAZIONE\*\***

Padova - Un gruppo congiunto di ricercatori dell'Università di Padova e dell'Università di Trieste ha osservato comportamenti sorprendenti nelle meduse della specie Aurelia, comunemente nota come medusa quadrifoglio. I risultati dello studio pubblicati sulla prestigiosa rivista "Behavioral and Brain Sciences", sollevano interrogativi affascinanti sull'origine della curiosità e sulla possibilità che forme di cognizione emergano anche in assenza di un cervello centralizzato.

"I risultati sono particolarmente interessanti - spiega Cinzia Chiandetti, professoressa di neuroscienze cognitive al Dipartimento di Scienze della Vita dell'Università di Trieste - perché questi animali sono considerati "senza cervello": il loro sistema nervoso è organizzato in modo radiale, senza un centro di comando, e dotato solo di organi sensoriali rudimentali. Trovare in loro segnali di memoria e attrazione per la novità è un'importante chiave per comprendere l'evoluzione dei

sistemi nervosi e della cognizione stessa." I ricercatori hanno osservato il comportamento di giovani meduse inserite singolarmente in una vasca rettangolare. In una prima fase, a ciascuno è stato presentato un oggetto, che ha suscitato un'immediata reazione: le meduse hanno abbandonato la parte vuota della vasca per dirigersi verso la novità. Nella seconda fase, dopo un intervallo di un minuto, è stato inserito un secondo oggetto assieme al primo e in quella circostanza, le meduse hanno mostrato una chiara preferenza per quest'ultimo. Questo comportamento, che gli esperti chiamano "neofilia", indica che le meduse hanno memoria del primo oggetto e sono attratte da quello nuovo.

"Non solo le meduse si sono mostrate neofiliiche - commenta Christian Agrillo, professore di psicologia comparata all'Università di Padova - ma hanno mostrato di mantenere determinate informazioni in memoria per almeno un minuto. In genere pensiamo che in mare si avvicinino a noi passivamente, trasportate dalla corrente. Il nostro studio apre anche alla possibilità che in alcuni casi lo facciano per la stessa attrazione alla novità qui documentata. Si potrebbe dire che forse sono curiose di fare la nostra conoscenza".

Lo studio invita a ripensare i modelli tradizionali che legano la cognizione alla presenza di cervelli centralizzati, suggerendo che anche sistemi nervosi "diffusi", come quello delle meduse, possano supportare comportamenti complessi. Una scoperta che, ancora una volta, sposta i confini di ciò che pensiamo sia possibile nel mondo animale.

### **IL LUSO SBANDA, DOPO ANNATE D'ORO: AFFLATI DI CRESCITA FERMI, SERVONO NUOVE ROTTE**

*Il segmento dei beni personali di lusso cede terreno: i valori restano elevati, ma i volumi e la fiducia rallentano*

di **\*\*REDAZIONE\*\***

Roma - Il mercato globale dei beni personali di lusso sta vivendo un'autentica stagione di boom, con una crescita media annua composta (CAGR) prossima al 5 %: un risultato superiore a molti altri mercati mondiali.

Gran parte dell'accelerazione è alimentata da aumenti di prezzo, che da soli hanno rappresentato oltre l'80 % della crescita del periodo, mentre le vendite in volume sono cresciute solo marginalmente.

A fare da traino è la Cina - che negli ultimi anni evidenzia tassi di crescita superiori al 18% - seppure i venti contrari dell'economia globale, dovuti all'aumento dell'inflazione e alle scelte di alcuni consumatori che rivedono la relazione tra prezzo e valore percepito.

La sfida per i marchi è diventata più complessa: occorre offrire non solo un prodotto di lusso, ma un'esperienza che giustifichi l'investimento. I clienti, sempre più esigenti e diversificati, chiedono innovazione, autenticità e sostenibilità.

Il problema è che l'espansione rapida di molti marchi ha contribuito a erodere la promessa di esclusività, artigianalità e unicità - valori tipici del lusso - mentre alcune maison, spinte dal desiderio di crescita, hanno faticato a innovare in modo coerente.

Serve dunque un ripensamento strategico: la leva del prezzo, finora dominata, mostra segni di saturazione; la disponibilità a pagare ultra-premium non può compensare indefinitamente la perdita di attrattiva verso i consumatori più sensibili. L'analisi suggerisce che il futuro del lusso risieda nelle narrazioni autentiche, nelle collaborazioni mirate e nella capacità di adattarsi a nuovi modelli di consumo, più attenti all'ambiente, più esperienziali, più digitali.

In Italia il momento è delicato ma ricco di opportunità: la tradizione artigianale nazionale resta un asset distintivo e la domanda internazionale può tornare a favorire il nostro sistema, a patto che i marchi sappiano valorizzare la loro identità e puntino su una crescita sostenibile, non solo numerica. Il lusso, insomma, non può più affidarsi solo ai titoli di ieri: serve creatività, rigore e visione.

## **LA BARRIERA CORALLINA SPARA UN SOSPIRO DI SPERANZA: SI PUÒ SALVARE**

*Il Great Barrier Reef può recuperare se il riscaldamento globale resta sotto i 2 °C*

di **\*\*REDAZIONE\*\***

Canberra - Una ricerca pubblicata di recente sulla rivista Nature Communications suggerisce che la grande barriera corallina australiana, pur avendo subito un declino rapido nelle ultime decadi, non è ancora condannata al collasso. Gli scienziati dell'University of Queensland hanno analizzato 3.800 scogli individuali del reef simulandone il futuro con modelli che tengono conto della capacità di adattamento di alcune specie di corallo. Il risultato? Se l'aumento medio globale della temperatura sarà mantenuto sotto i 2 °C rispetto all'era preindustriale, la barriera potrebbe recuperare quantità significative di copertura corallina nel prossimo secolo.

Anziché considerare la soglia dei +1,5 °C come limite ultimo per evitare danni irreversibili, lo studio mostra che esiste una "finestra" di recupero fino ai +2 °C, purché accompagnata da interventi mirati nelle zone-rifugio, dove le specie più resistenti possono propagarsi e ripopolare gli ambienti circostanti. Tuttavia, se il riscaldamento supererà i +2 °C, anche i meccanismi naturali di rigenerazione risultano insufficienti: la copertura potrebbe ridursi a poche decine di percentuali entro la fine del secolo.

Gli autori sottolineano l'urgenza degli «interventi globali di riduzione delle emissioni» come condizione essenziale per

questo scenario favorevole. Anche le iniziative locali - come il supporto statale australiano a progetti di riforestazione marina e protezione delle aree più fredde - sono utili, ma «non sostituiscono la necessità di una traiettoria climatica più contenuta», affermano gli esperti. Il messaggio è chiaro: la resilienza degli ecosistemi marini dipende non solo dal contesto locale ma da scelte che riguardano l'intera comunità globale.

Questo studio costituisce un raggio di speranza nel panorama spesso cupo della crisi ambientale, ma va letto con cautela: il margine di azione è stretto e il tempo a disposizione è limitato. Per l'Italia e per il Mediterraneo, che ospita coralli e barriere più fragili, la lezione è doppia: non basta proteggere, ci vuole prevenire. Le politiche di adattamento e mitigazione diventano cruciali nella lotta per la sopravvivenza degli ecosistemi marini e, con essi, della biodiversità del pianeta.

## **SVILUPPO DI BATTERIE: LA CORSA VERSO LE TECNOLOGIE SOLIDE CHE POSSONO CAMBIARE TUTTO**

*Scienziati e industrie puntano su elettroliti solidi e materiali alternativi per superare i limiti delle batterie agli ioni di litio*

di **\*\*REDAZIONE\*\***

Milano - Il settore delle batterie sta attraversando una fase di svolta: nuove ricerche indicano che le tradizionali celle agli ioni di litio stanno per essere affiancate - e forse sostituite - da soluzioni con elettroliti solidi e materiali più abbondanti e sicuri. Uno studio condotto all'University of Texas at

Dallas ha mostrato come un elettrolita solido possa migliorare la stabilità e la densità energetica rispetto ai liquidi usati oggi.

Il vantaggio appare chiaro: maggiore capacità, minore rischio di incendio e migliore tolleranza al calore. Le batterie a stato solido promettono di raddoppiare l'energia immagazzinabile, riducendo il peso e gli ingombri dei pacchi batteria. Parallelamente, emergono tecnologie parallele come quelle al sodio-ione o al litio-zolfo che puntano a superare i vincoli di costo e disponibilità delle materie prime.

Tuttavia, non si tratta di una transizione immediata: la produzione su scala industriale delle batterie a elettrolita solido richiede ancora importanti sviluppi nei materiali e nei processi. La corsa è globale: da una parte l'Asia (Cina, Giappone, Corea) investe massicciamente in ricerca e produzione, dall'altra Europa e Stati Uniti cercano di recuperare terreno. Un'analisi recente evidenzia come, in fatto di tecnologie future, l'occidente rischi di restare indietro.

Per l'Italia e per l'Europa, questo scenario rappresenta un doppio banco di prova: da un lato, l'opportunità di rafforzare l'industria delle batterie; dall'altro, la necessità di integrare queste tecnologie nei sistemi energetici e nella mobilità sostenibile. Le batterie del futuro potrebbero non solo alimentare veicoli e reti elettriche, ma diventare parte integrante del tessuto urbano, immagazzinando energia rinnovabile e rendendo più resilienti le infrastrutture elettriche. Senza dimenticare che la transizione richiede tempi brevi: nel mondo

delle batterie, chi arriva tardi rischia di restare a terra.

## **IL LUSO E LE REGOLE**

*Le regole della crescita in un contesto inedito*

di **\*\*REDAZIONE\*\***

ROMA -

In un panorama segnato da inflazione, tensioni geopolitiche e perdita di slancio nei consumi d'oltremare, il lusso dovrà riadattarsi. "La leva del prezzo ha raggiunto un tetto oltre il quale non è più sostenibile", osservano gli esperti della KPMG: alcune maison, infatti, hanno aumentato i listini del 50 % dal 2019, ma non hanno sempre supportato la manovra con innovazione o rafforzamento del racconto del brand.

In questa fase, i gruppi del lusso sono chiamati a trasformarsi: la priorità non è più solo espansione, ma efficienza operativa, sostenibilità ed esperienza cliente. Il consenso è che i prossimi anni saranno più vicini a un tasso di crescita più moderato e che le sfide includono diversificazione geografica, nuovi target e meno dipendenza dal "volume a tutti i costi".

In Italia, patria del "made in luxury", il momento può diventare un'occasione: la forza artigianale e identitaria può tornare centrale se unita a un'offerta più accessibile per le nuove generazioni. Ma il tempo stringe: la risposta sarà tanto più efficace quanto prima sarà articolato un modello di crescita di valore, anziché solo di dimensione.