Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

martedì, 07 luglio 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

martedì, 07 luglio 2026

Coop Alleanza 3.0

06/07/2026 **ilsole24ore.com** 5
EGM under the microscope: Promotica reports a sharp rise in profit margins

Area Emilia Romagna

07/07/2026 **Gazzetta di Reggio** Pagina 18 *ADRIANO ARATI* 8
Lo chef Medici per Boorea alle Ciminiere di Ca' de Caroli

06/07/2026 **Bologna Today** 10
Contemporary art from an ancient land. Young palestinian artists all'Accademia di belle arti

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

07/07/2026 **Messaggero Veneto** Pagina 34 12
L'omaggio ai nonni vigile dell'amministrazione di San Daniele

06/07/2026 **Nordest24** *Samuele Meton* 13
Maniago e Spilimbergo, due nuovi appuntamenti gratis con Fila a Teatro sotto gli Alberi

Area Sud e Isole

06/07/2026 **Alimentando** 14
Molfetta (Ba), inaugurato il nuovo Ipercoop: investiti 3,5 milioni nel restyling

Controllate e partecipate

07/07/2026 **MF** Pagina 7 *ANNA MESSIA* 15
Assicurazioni alla prova dei Btp

07/07/2026 **Corriere del Veneto** Pagina 10 17
Buca del park Umberto I, rompe l'auto Risarcita con 800 euro dal Comune

07/07/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 19 18
Crédit Agricole arbitro del risiko Decisiva per le sorti di Bpm

07/07/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Bologna)** Pagina 38 19
'I conti senza l'oste' Il libro di Filippo Venturi

07/07/2026 **Corriere di Bologna** Pagina 9 20
Sfida tra ristoranti, è giallo

Coop e Cooperazione

07/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 14 *Aldo Bonomi* 22
Neomunicipalismo e reti industriali: la nuova economia sociale

07/07/2026 **Corriere Romagna** Pagina 5 24
Pesca, sbloccati i fondi del 2024 ma è già caos burocrazia per il 2025

07/07/2026 **Corriere dell'Umbria** Pagina 5 26
Valori in Campo in scena ad Assisi

07/07/2026 **La Nazione (ed. Umbria)** Pagina 37 27
'Valori in campo', inclusione e crescita Quando sport e cooperazione fanno squadra

07/07/2026 **Corriere della Sera (ed. Milano)** Pagina 6 28
Ceccarelli lascia Palazzo Marino Al suo posto Milly Moratti

07/07/2026 **Il Giorno (ed. Metropoli)** Pagina 36 29
Ceccarelli lascia il Consiglio comunale. «Scelta professionale»

07/07/2026 **Corriere Fiorentino** Pagina 11 *Caterina Ruggi d'Aragona* 30
«Raccontiamo insieme la felicità Ma oggi è diventata un dovere»

07/07/2026 **La Provincia di Como** Pagina 13 32
L'istituto che si apre Per i bimbi dei detenuti c'è lo Spazio giallo

07/07/2026 **La Provincia di Cremona** Pagina 38 *GABRIELE COGNI* 33
Flora: Zeni e Sbordi i migliori del torneo

07/07/2026 **La Stampa (ed. Savona)** Pagina 51 34
Sun Ra Arkestra nell'unica data italiana del tour

Concorrenza GDO

07/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 19 *Enrico Netti* 35
VéGé, nuovi investimenti da 1,7 miliardi in due anni

06/07/2026 **Alimentando** 37
Cosa dicono le famiglie che fanno la spesa in Carrefour ma anche, contemporaneamente, in Coop, Conad, Esselunga?

07/07/2026 **Il Gazzettino (ed. Padova)** Pagina 15 *BARBARA TURETTA* 40
Il Tar dà ragione al Comune, sì al supermercato

07/07/2026 **Il Mattino di Padova** Pagina 23 *GIANNI BIASETTO* 42
«Sul nuovo supermercato Aldi dal Comune solo atti legittimi»

07/07/2026 **Corriere di Rieti** Pagina 5 43
"La giunta estende la grande distribuzione alla zona annonaria"

07/07/2026 **Corriere delle Alpi** Pagina 19 *PAOLA DALL'ANESE* 44
Park al supermercato «Multe in ritardo con penali aggiuntive»

07/07/2026 **Corriere di Siena** Pagina 9 46
Prenotazione di libri con Etruria Retail

07/07/2026 **Gazzetta di Parma** Pagina 7 47
Commercio al dettaglio Le vendite tornano a salire

Economia, consumi e società

07/07/2026 **La Stampa** Pagina 22 *FABRIZIO GORIA* 48
Cioccolato caldo

07/07/2026 **La Stampa** Pagina 22 *LARA LORETI* 50
Guido Gobino - "La qualità resiste alla crisi E adesso investiamo su Alba"

07/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 10 *FRANCO SOPRANI* 52
Export Treviso, va bene il prosecco Soffrono invece gli elettrodomestici

07/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 17 *Nino Amadore* 53
Sibeg Coca-Cola investe 51 milioni a Catania per il magazzino intelligente

07/07/2026 **La Repubblica** Pagina 30 *MARINO NIOLA* 55
La nostra ricca cucina povera ci salverà ancora una volta

06/07/2026 **GdoWeek** 58
Stazioni, la nuova frontiera delle food court urbane

07/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 2 60
Pos e scontrini, inflazione e Hormuz fanno correre l'Iva

07/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 4 *Giorgio Pogliotti* 61
Oltre 4 milioni di lavoratori coinvolti dai piani di welfare aziendale: +699% in 10 anni

07/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 33 63
Trasparenza salariale a favore della parità di genere

07/07/2026 **La Repubblica** Pagina 27 *EMMA BONOTTI* 65
Carburanti, dove pesa l'aumento prezzi differenti nella stessa città

Innovazione e mondo digitale

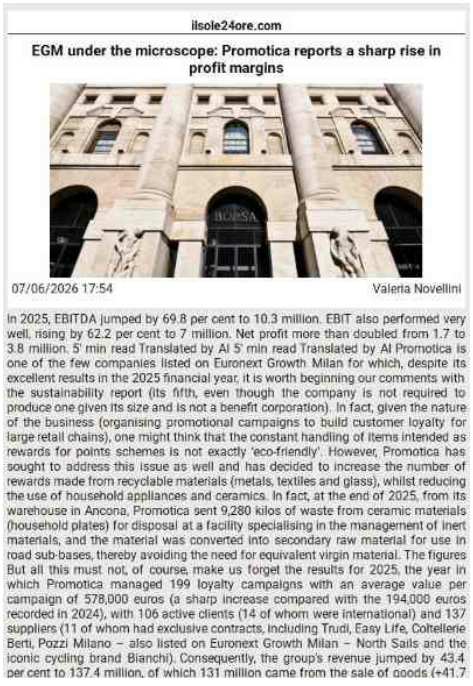
07/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 17 *MARCO LIVI* 67
L'IA inventa i prodotti del futuro

07/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 22 69
IA, paesi Ue incapaci a governarla

ilsole24ore.com

Coop Alleanza 3.0

EGM under the microscope: Promotica reports a sharp rise in profit margins


ilsole24ore.com

EGM under the microscope: Promotica reports a sharp rise in profit margins

07/06/2026 17:54 Valeria Novellini

In 2025, EBITDA jumped by 69.8 per cent to 10.3 million. EBIT also performed very well, rising by 62.2 per cent to 7 million. Net profit more than doubled from 1.7 to 3.8 million. 5' min read Translated by AI 5' min read Translated by AI Promotica is one of the few companies listed on Euronext Growth Milan for which, despite its excellent results in the 2025 financial year, it is worth beginning our comments with the sustainability report (its fifth, even though the company is not required to produce one given its size and is not a benefit corporation). In fact, given the nature of the business (organising promotional campaigns to build customer loyalty for large retail chains), one might think that the constant handling of items intended as rewards for points schemes is not exactly 'eco-friendly'. However, Promotica has sought to address this issue as well and has decided to increase the number of rewards made from recyclable materials (metals, textiles and glass), whilst reducing the use of household appliances and ceramics. In fact, at the end of 2025, from its warehouse in Ancona, Promotica sent 9,280 kilos of waste from ceramic materials (household plates) for disposal at a facility specialising in the management of inert materials, and the material was converted into secondary raw material for use in road sub-bases, thereby avoiding the need for equivalent virgin material. The figures But all this must not, of course, make us forget the results for 2025, the year in which Promotica managed 199 loyalty campaigns with an average value per campaign of 578,000 euros (a sharp increase compared with the 194,000 euros recorded in 2024), with 106 active clients (14 of whom were international) and 137 suppliers (11 of whom had exclusive contracts, including Trudi, Easy Life, Coltellerie Berti, Pozzi Milano – also listed on Euronext Growth Milan – North Sails and the iconic cycling brand Bianchi). Consequently, the group's revenue jumped by 43.4 per cent to 137.4 million, of which 131 million came from the sale of goods (+41.7

In 2025, EBITDA jumped by 69.8 per cent to 10.3 million. EBIT also performed very well, rising by 62.2 per cent to 7 million. Net profit more than doubled from 1.7 to 3.8 million. 5' min read Translated by AI 5' min read Translated by AI Promotica is one of the few companies listed on Euronext Growth Milan for which, despite its excellent results in the 2025 financial year, it is worth beginning our comments with the sustainability report (its fifth, even though the company is not required to produce one given its size and is not a benefit corporation). In fact, given the nature of the business (organising promotional campaigns to build customer loyalty for large retail chains), one might think that the constant handling of items intended as rewards for points schemes is not exactly 'eco-friendly'. However, Promotica has sought to address this issue as well and has decided to increase the number of rewards made from recyclable materials (metals, textiles and glass), whilst reducing the use of household appliances and ceramics. In fact, at the end of 2025, from its warehouse in Ancona, Promotica sent 9,280 kilos of waste from ceramic materials (household plates) for disposal at a facility specialising in the management of inert materials, and the material was converted into secondary raw material for use in road sub-bases, thereby avoiding the need for equivalent virgin material. The figures But all this must not, of course, make us forget the results for 2025, the year in which Promotica managed 199 loyalty campaigns with an average value per campaign of 578,000 euros (a sharp increase compared with the 194,000 euros recorded in 2024), with 106 active clients (14 of whom were international) and 137 suppliers (11 of whom had exclusive contracts, including Trudi, Easy Life, Coltellerie Berti, Pozzi Milano - also listed on Euronext Growth Milan - North Sails and the iconic cycling brand Bianchi). Consequently, the group's revenue jumped by 43.4 per cent to 137.4 million, of which 131 million came from the sale of goods (+41.7 per cent) and 6.4 million from consultancy and services (+80.7 per cent). The increase in profit margins was even more pronounced, with EBITDA jumping by 69.8 per cent to 10.3 million, EBIT by 62.2 per cent to 7 million, and net profit more than doubling from 1.7 to 3.8 million. Net financial debt down sharply thanks to cash flow Furthermore, net financial debt, standing at 8.7 million as at 31 December 2025, has fallen significantly - thanks to operating cash flow - compared with the 19.3 million recorded at the end of 2024, resulting in a debt-to-Equity ratio (very low) of 0.34 times. The total dividends for 2025 (with a dividend per share of 0.15 euros) amount to 2.5 million, representing a payout ratio of approximately 70 per cent of the parent company's net profit of 3.6 million. It should be noted that in 2025, an earn-out of 1.5 million was also paid, arising from the sale to the Maltese company Foster Clark Products Limited of the 9.65% stake held by the subsidiary Grani & Partners in the savoury snacks

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

company Preziosi Food (for 3.3 million). What can one say? The sharp rise in margins is partly due to the lower proportion of the cost of goods purchased relative to revenue (which rose by 25.7 per cent to 83.9 million despite ongoing geopolitical tensions in supply markets, mainly outside Europe); furthermore, staff costs rose by only 13.1% to 9.3 million, whilst the number of employees remained virtually unchanged at 103. The increase in service costs was significantly higher (+45.7% to 35.2 million, due to higher freight and logistics costs - Promotica favours, where possible, the transport of goods by sea, which has a lower environmental impact than air freight but is now hampered by tensions in the Middle East) and costs for the use of third-party assets (+90.2 per cent to 4.5 million; these consist of rentals, lease payments and royalties). Promotica kicked off 2026 with new campaigns for the Italian retail sector: "Collect new experiences" for Coop Alleanza 3.0 (which offered exclusive products from the North Sails-branded Spinnaker range and also contributed to the removal of 73 tonnes of plastic from the seas and the creation of a new collection hub in the port of Cesenatico), "A collection that works as a team" for Esselunga (the second campaign for this supermarket chain following the first in 2025), in this case with rewards comprising a range of high-end ovenware from the French brand Emile Henry, and "Profit Crafted with Artistry" for Unicoop Firenze, with prizes comprising the Compendio range from the exclusive Coltellerie Berti brand; on request, the knives can be personalised with the customer's initials. For the 2025 loyalty campaigns created for Esselunga, Coop Italia and Unicomm, Promotica won four awards at the 2026 Promotion Awards; it should be noted that these awards were also granted for the educational and environmental aspects of the campaigns in question, as well as for the originality of the products on offer. The group's research and development team is developing new types of experiences to offer to large-scale retail customers as an alternative to, or in addition to, reward schemes based on physical products (food, wine, cars, travel, boats). For the 2026 financial year, Promotica aims to build on the strong results achieved in 2025 through the acquisition of new exclusive brand licences and new clients, as well as through external growth opportunities, particularly at an international level. The company currently operates in eight foreign markets (of which three - Luxembourg, Slovakia and Hong Kong - were acquired in 2025), although these generated slightly lower revenue in 2025 (13.6 million compared with 14.1 million in 2024); the loyalty campaigns launched abroad can capitalise on our country's international appeal; one example is the campaign developed for the 7-Eleven stores in Taiwan, which offered 1:43 scale model cars and 1:24 scale model motorbikes featuring the Lamborghini, Maserati, Ducati, Pagani and Dallara brands, as well as lifestyle accessories by Lamborghini and Ducati. Looking ahead, the focus is primarily on the Asia-Pacific region. The subsidiary Kiki Lab, which operates in the retail consultancy, research and training sector, resumed its collaboration with the sports goods chain Decathlon in 2025 and will continue to work with it in 2026, as well as with the supermarket chain Crai, and has developed mystery shopping projects with Fastweb, the outdoor brand CMP and Aboca. Kiki Lab has also proposed the new 'Ki-Life' conference format to its client companies,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

which allows corporate events to be combined with sustainability. The situation at the other subsidiary, Grani & Partners, which is undergoing restructuring and which, in April 2026, was served with a tax assessment notice relating to 2022 by the Italian Revenue Agency, for which a provision of 30,000 will be made to the provision for risks. However, fortunately, the subsidiary does not have a significant impact on the group's results. Overall, there is no doubt that Promotica is not receiving the attention it deserves from the stock market, given the results it has already achieved and the outlook for the current year, even though its share price has risen by over 20 per cent over the past six months (albeit with very low trading volumes). However, the free float amounts to just 15.8 per cent of the share capital, and there are no institutional investors amongst the shareholders (at least not with significant stakes). And this is perhaps the main limitation of Euronext Growth Milan, which is unable to 'catch the tailwind' of the main market's stock indices (though it should be noted that their rise is highly sector-specific and largely due to 'trendy' sectors such as defence, energy, semiconductors and, more recently, the banking sector).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Reggio

Area Emilia Romagna

Vinicio Capossela chiuderà il ciclo mercoledì 29 luglio con il suo "Sotto al bosco di latte"

Lo chef Medici per Boorea alle Ciminiere di Ca' de Caroli

Giovedì (ore 20.30) sarà lui a firmare la Grande cena della cooperativa Parte del ricavato andrà a due progetti solidali per la popolazione di Gaza

ADRIANO ARATI


Scandiano

Vinicio Capossela chiuderà il ciclo mercoledì 29 luglio con il suo "Sotto al bosco di latte"

Lo chef Medici per Boorea alle Ciminiere di Ca' de Caroli

Giovedì (ore 20.30) sarà lui a firmare la Grande cena della cooperativa
Parte del ricavato andrà a due progetti solidali per la popolazione di Gaza

Scandiano È pronta a mettersi a tavola con uno stimatissimo chef locale, l'edizione 2026 di "Metti una sera a cena alle Ciminiere", la classica rassegna estiva promossa dal circolo Arci Le Ciminiere di Ca' de Caroli.

Come sempre, sarà ospitata dalla bella sede di via del Cemento, a fianco delle grandi fornaci che per un secolo hanno segnato la vita del paese, principale fonte di lavoro locale.

Nel 2025, il ciclo è stato utilizzato come modo per festeggiare i vent'anni del circolo, nel 2026 si rilancia con quattro tappe di interesse.

L'esordio del 29 giugno è stato dedicato alla memoria di Alberto Bondi detto "Bugio", fondatore e per dieci anni presidente della realtà associativa di Ca' de Caroli, scomparso nell'ottobre scorso. La prossima tappa è in programma giovedì, alle 20.30, con quella che sta diventando una bella consuetudine, una delle tappe decentrate della Grande cena di Boorea, l'evento gastronomico estivo organizzato dalla coop Boorea.

Come già nelle annate precedenti, a Ca' de Caroli lo chef è uno scandianese purosangue, Andrea Medici de L'Osteria in Scandiano, il più noto e apprezzato ristorante della cittadina del Boiardo. Parte del ricavato sarà devoluto a due progetti solidali a Gaza di WeWorld e Medici Senza Frontiere.

Il menù prevede terrina di bollito con salsa e mostarde, risotto con fiori di zucchina, crema di Reggiano e tartufo nero estivo, pancia di maialino da latte aromatizzata al thè nero e bergamotto con crema di patate alla vaniglia e olio di noci, mousse al cioccolato con ricotta e amarene sciroppate, abbinamenti di vini per ogni piatto al costo di 50 euro. In caso di pioggia la serata sarà rinviata a data da destinarsi. Sabato 25 luglio tocca a un grande classico, la versione locale della Pastasciutta Antifascista, l'evento diffuso nazionale promosso dall'Istituto Cervi per ricordare il famoso festeggiamento organizzato dalla famiglia Cervi a Campegine nel luglio 1943 per festeggiare la destituzione di Mussolini, avvenuta il 25 luglio 1943. I Cervi prepararono la pasta e la portarono in paese a Campegine. L'evento è realizzato In collaborazione con Anpi Scandiano e Coop Alleanza 3.0. L'accesso è libero, senza necessità di tessera Arci. A chiudere, un figlio tutto tranne che prodigo, ma da sempre legatissimo al paese in cui è cresciuto, Vinicio Capossela. Il cantante e autore sarà il protagonista della tappa conclusiva della rassegna, in programma mercoledì 29 luglio, presentando e raccontando la storia dell'opera "Sotto al bosco di latte", un radiogramma di 56 voci, musiche e canzoni. La serata si concluderà con l'ascolto di un estratto dell'opera come in una sorta di cinema al buio estivo. Le serate avranno inizio alle

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Reggio

Area Emilia Romagna

20.15 con cena e servizio bar, gli incontri alle 21.30. Prenotazioni obbligatorie: 351 5715260 e circololeciminiere@gmail.com. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Bologna Today

Area Emilia Romagna

Contemporary art from an ancient land. Young palestinian artists all'Accademia di belle arti


Bologna Today

Contemporary art from an ancient land. Young palestinian artists all'Accademia di belle arti

07/06/2026 07:48

Mercoledì 24 giugno alle ore 17, nelle sale espositive sotterranee dell'Accademia di Belle Arti di Bologna, inaugura la mostra conclusiva di Contemporary Art from an Ancient Land – Young Palestinian Artists, il progetto internazionale che porta in Italia il lavoro di quattro giovani artiste palestinesi selezionate dal Visual Arts Forum di Ramallah, tra le più promettenti voci emergenti della scena artistica contemporanea palestinese. Promosso dal Visual Arts Forum di Ramallah, dall'Accademia di Belle Arti di Bologna e dallo Studio Antonello Ghezzi, il progetto nasce con l'obiettivo di valorizzare il talento delle nuove generazioni di artiste e artisti palestinesi e di affermare il ruolo dell'arte come strumento di dialogo, conoscenza reciproca e mediazione tra culture e popoli. La mostra, visitabile fino al 20 luglio, rappresenta l'esito pubblico di una residenza artistica che ha visto protagoniste le artiste Noran Abumuhsin, Carmel Khalil, Natal Khasib e Hadeel Quraan, ospiti a Bologna dal 4 al 28 giugno, con il coordinamento di Carlo Branzaglia, e un testo critico di Guido Molinari. Durante il soggiorno le artiste hanno partecipato alle attività didattiche dell'Accademia e a un articolato percorso di incontri, workshop e confronti con docenti, curatori, artisti e studenti, sviluppando i propri progetti negli spazi della sede di via del Guasto. Le opere presentate in mostra restituiscono prospettive personali e collettive sulla contemporaneità palestinese, intrecciando memoria, identità, appartenenza, trasformazione sociale e immaginazione del futuro. Linguaggi differenti – dalla pittura ai mixed media, dalla scultura alle pratiche interdisciplinari – dialogano all'interno di un percorso espositivo che testimonia la vitalità della ricerca artistica proveniente da un territorio spesso raccontato esclusivamente attraverso la cronaca. L'origine del progetto risale alla primavera del 2025, quando il duo artistico bolognese Antonello Ghezzi (Nadia Antonello e Paolo Ghezzi) ha svolto una residenza presso il Visual

Mercoledì 24 giugno alle ore 17, nelle sale espositive sotterranee dell'Accademia di Belle Arti di Bologna, inaugura la mostra conclusiva di Contemporary Art from an Ancient Land - Young Palestinian Artists, il progetto internazionale che porta in Italia il lavoro di quattro giovani artiste palestinesi selezionate dal Visual Arts Forum di Ramallah, tra le più promettenti voci emergenti della scena artistica contemporanea palestinese. Promosso dal Visual Arts Forum di Ramallah, dall'Accademia di Belle Arti di Bologna e dallo Studio Antonello Ghezzi, il progetto nasce con l'obiettivo di valorizzare il talento delle nuove generazioni di artiste e artisti palestinesi e di affermare il ruolo dell'arte come strumento di dialogo, conoscenza reciproca e mediazione tra culture e popoli. La mostra, visitabile fino al 20 luglio, rappresenta l'esito pubblico di una residenza artistica che ha visto protagoniste le artiste Noran Abumuhsin, Carmel Khalil, Natal Khasib e Hadeel Quraan, ospiti a Bologna dal 4 al 28 giugno, con il coordinamento di Carlo Branzaglia, e un testo critico di Guido Molinari. Durante il soggiorno le artiste hanno partecipato alle attività didattiche dell'Accademia e a un articolato percorso di incontri, workshop e confronti con docenti, curatori, artisti e studenti, sviluppando i propri progetti negli spazi della sede di via del Guasto. Le opere presentate in mostra restituiscono prospettive personali e collettive sulla contemporaneità palestinese, intrecciando memoria, identità, appartenenza, trasformazione sociale e immaginazione del futuro. Linguaggi differenti - dalla pittura ai mixed media, dalla scultura alle pratiche interdisciplinari - dialogano all'interno di un percorso espositivo che testimonia la vitalità della ricerca artistica proveniente da un territorio spesso raccontato esclusivamente attraverso la cronaca. L'origine del progetto risale alla primavera del 2025, quando il duo artistico bolognese Antonello Ghezzi (Nadia Antonello e Paolo Ghezzi) ha svolto una residenza presso il Visual Arts Forum di Ramallah, in Cisgiordania, grazie a un programma promosso da Anna Lindh Foundation. Da quell'esperienza è nata la volontà di costruire un'opportunità concreta di scambio culturale e formazione internazionale per giovani artiste palestinesi, offrendo loro la possibilità di sviluppare il proprio lavoro in dialogo con la comunità artistica e accademica italiana. Fondato nel 2002, il Visual Arts Forum di Ramallah è una delle principali istituzioni culturali palestinesi impegnate nella promozione dell'arte contemporanea, della formazione artistica e dell'inclusione sociale attraverso la cultura. Attraverso programmi educativi, sostegno ai giovani artisti, attività di supporto psicologico e iniziative rivolte alla comunità, il Forum promuove l'arte come strumento di crescita individuale e sviluppo collettivo. L'immagine guida dell'intero progetto è un ritratto collettivo delle quattro artiste realizzato dal noto fumettista e attivista Gianluca Costantini, da anni impegnato nella difesa dei diritti umani attraverso il disegno

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e la comunicazione visiva. L'opera è stata prodotta in una tiratura speciale di 10 esemplari, destinata alle artiste e ai partner del progetto come testimonianza simbolica di questa esperienza di incontro e collaborazione. Il progetto internazionale è promosso da Visual Arts Forum Ramallah, Accademia di Belle Arti di Bologna e Studio Antonello Ghezzi, con il contributo di Legacoop Bologna, Camst e Coop Alleanza 3.0, insieme a Camplus e Scuderie Future Food Living Lab, con la collaborazione di Fondazione Gramsci Emilia Romagna e Parsec. Contemporary Art from an Ancient Land - Young Palestinian Artists 20 giugno - 20 luglio 2026 Opening: 24 giugno, ore 17 Accademia di Belle Arti di Bologna, spazi espositivi sotterranei Via delle Belle Arti 54, Bologna Orari: lunedì-venerdì h 10-18.30; sabato h 10-13.30.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

L'omaggio ai nonni vigile dell'amministrazione di San Daniele

«Momento conviviale di fine anno scolastico organizzato dall'amministrazione comunale di San Daniele del Friuli, per ringraziare i volontari civici affettuosamente soprannominati "nonni vigile" che ogni giorno si occupano della entrata e uscita in sicurezza delle centinaia di bambini e bambine che frequentano le scuole. Un'attività svolta in coordinamento con la polizia locale coordinata dal comandante, Achille Lezi. In occasione dell'incontro i nonni vigile e i volontari della sicurezza sono stati omaggiati con prodotti alimentari offerti dalla Coop Alleanza 3.0 di San Daniele del Friuli sempre vicina alle attività sociali e a cui va un sentito ringraziamento», scrive l'assessore comunale alle Politiche sociali, Daniela Cominotto, che ha anche inviato la foto al Messaggero Veneto.


Lettere
La posta dei lettori
Gli eventi verso la Giornata nazionale in omaggio ai volontari
LE VOSTRE FOTOGRAFIE

Nordest24

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Maniago e Spilimbergo, due nuovi appuntamenti gratis con Fila a Teatro sotto gli Alberi

Samuele Meton


Nordest24

Maniago e Spilimbergo, due nuovi appuntamenti gratis con Fila a Teatro sotto gli Alberi

07/06/2026 22:27 Samuele Meton

La rassegna prosegue il 9 luglio al parco Rigutto e il 10 luglio al Parco di Villa Businello con eventi per bambini e famiglie. MANIAGO - Due nuove tappe in Friuli occidentale per la rassegna itinerante Fila a Teatro sotto gli Alberi , che il 9 e 10 luglio 2026 porta spettacoli gratuiti per bambini, famiglie e pubblico di tutte le età nei parchi di Maniago e Spilimbergo. Dopo i primi appuntamenti a Fagagna e Castions di Zoppola, il calendario organizzato da Molino Rosenkranz prosegue con un evento serale nel parco Rigutto e con una proposta di circo-teatro nel Parco di Villa Businello. A Maniago il programma è fissato per giovedì 9 luglio alle 20.30 nel parco Rigutto, dove andrà in scena "La notte del mistero", produzione di Molino Rosenkranz con musica dal vivo di Stefano Andreutti. Il giorno successivo, venerdì 10 luglio, la rassegna si sposterà a Spilimbergo: alle 17.30 è prevista una merenda per il pubblico, mentre alle 18 comincerà lo spettacolo "Tongo, cercasi disperatamente eroe". La tappa di Maniago nel parco Rigutto "La notte del mistero" è pensato per spettatori dai 5 anni in su e si sviluppa come un percorso tra alberi, sentieri e figure nascoste, in una dimensione sospesa tra fiaba e racconto notturno. Il pubblico sarà accompagnato alla ricerca di personaggi sfuggenti, cantastorie, ombre e versi misteriosi, in un'esperienza immersiva costruita tra realtà e fantasia. Lo spettacolo porta in scena Roberto Pagura, che firma anche la regia, insieme a Isabel Costantini, Chiara D'Agostini, Luca Maronese, Andrea Zavagno e Melissa Zavagno. In caso di maltempo, l'appuntamento sarà rinviato a data da destinarsi. Spilimbergo tra merenda e circo-teatro La seconda tappa è in programma venerdì 10 luglio nel Parco di Villa Businello, a Spilimbergo. Alle 18 Mirco Trevisan presenterà "Tongo, cercasi disperatamente eroe", uno spettacolo di circo-teatro e clowneria rivolto a tutte le età. Maniago e Spilimbergo, due nuovi appuntamenti gratis con Fila a Teatro sotto gli Alberi Il protagonista, Tongo, si muove tra

La rassegna prosegue il 9 luglio al parco Rigutto e il 10 luglio al Parco di Villa Businello con eventi per bambini e famiglie. MANIAGO - Due nuove tappe in Friuli occidentale per la rassegna itinerante Fila a Teatro sotto gli Alberi , che il 9 e 10 luglio 2026 porta spettacoli gratuiti per bambini, famiglie e pubblico di tutte le età nei parchi di Maniago e Spilimbergo. Dopo i primi appuntamenti a Fagagna e Castions di Zoppola, il calendario organizzato da Molino Rosenkranz prosegue con un evento serale nel parco Rigutto e con una proposta di circo-teatro nel Parco di Villa Businello. A Maniago il programma è fissato per giovedì 9 luglio alle 20.30 nel parco Rigutto, dove andrà in scena La notte del mistero, produzione di Molino Rosenkranz con musica dal vivo di Stefano Andreutti. Il giorno successivo, venerdì 10 luglio, la rassegna si sposterà a Spilimbergo: alle 17.30 è prevista una merenda per il pubblico, mentre alle 18 comincerà lo spettacolo Tongo, cercasi disperatamente eroe. La tappa di Maniago nel parco Rigutto La notte del mistero è pensato per spettatori dai 5 anni in su e si sviluppa come un percorso tra alberi, sentieri e figure nascoste, in una dimensione sospesa tra fiaba e racconto notturno. Il pubblico sarà accompagnato alla ricerca di personaggi sfuggenti, cantastorie, ombre e versi misteriosi, in un'esperienza immersiva costruita tra realtà e fantasia. Lo spettacolo porta in scena Roberto Pagura, che firma anche la regia, insieme a Isabel Costantini, Chiara D'Agostini, Luca Maronese, Andrea Zavagno e Melissa Zavagno. In caso di maltempo, l'appuntamento sarà rinviato a data da destinarsi. Spilimbergo tra merenda e circo-teatro La seconda tappa è in programma venerdì 10 luglio nel Parco di Villa Businello, a Spilimbergo. Alle 18 Mirco Trevisan presenterà Tongo, cercasi disperatamente eroe, uno spettacolo di circo-teatro e clowneria rivolto a tutte le età. Maniago e Spilimbergo, due nuovi appuntamenti gratis con Fila a Teatro sotto gli Alberi Il protagonista, Tongo, si muove tra acrobazie, piccole magie e musica, lavorando sull'improvvisazione e sul coinvolgimento diretto del pubblico. La storia parte da un canovaccio semplice: una donna da salvare, un assalitore grottesco, un supereroe pronto a intervenire. Ma la particolarità sta nel fatto che i personaggi verranno interpretati dagli spettatori, scelti sul momento e guidati in scena da un regista tanto severo quanto ironico. Prima dello spettacolo, alle , è prevista una merenda offerta da Azienda Agricola Malpaga Kurt di Castions di Zoppola, Gruppo Coop Alleanza 3.0 Pordenonese e Delser di Martignacco. In caso di maltempo, l'appuntamento si trasferirà a Palazzo La Loggia. La rassegna fino al 15 luglio Fila a Teatro sotto gli Alberi è un progetto organizzato da Molino Rosenkranz e sostenuto da Fondazione Friuli, dai Comuni partner che ospitano le diverse tappe fino al 15 luglio e da Banca 360 FVG. Oltre a Maniago e Spilimbergo, il calendario coinvolge Fagagna, San Daniele e Zoppola. Tutti gli appuntamenti in programma restano a ingresso gratuito.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Alimentando

Area Sud e Isole

Molfetta (Ba), inaugurato il nuovo Ipercoop: investiti 3,5 milioni nel restyling


Alimentando

Molfetta (Ba), inaugurato il nuovo Ipercoop: investiti 3,5 milioni nel restyling

07/06/2026 09:36

Molfetta (Ba) – Ha riaperto con una veste completamente rinnovata l' Ipercoop di Molfetta (Ba), all'interno del Centro commerciale La Mongolfiera, in Via Adriano Olivetti (uscita SS 16 bis). Il punto vnedita è stato interessato da un importante intervento di restyling da 3,5 milioni di euro, realizzato da Coop Alleanza 3.0 senza interrompere l'attività del negozio. Esteso su una superficie di circa 4.330 metri quadrati e con un organico di 87 addetti , il negozio è stato ripensato per offrire un'esperienza di acquisto più semplice, moderna e in linea con le nuove esigenze dei consumatori. Tra le principali novità figurano una nuova caffetteria con oltre 30 posti a sedere, la Forneria Coop con pane e pizza preparati anche internamente, i reparti gastronomia, macelleria, pescheria e ortofrutta completamente rinnovati, oltre a una cantina ampliata. Il restyling ha introdotto anche nuovi spazi dedicati alla cura della persona e al benessere , con il corner 'La bellezza di essere me' e il rinnovato Coop Salute , affiancati da un'offerta potenziata nei reparti non alimentari. Per rendere la spesa ancora più rapida, i soci possono utilizzare l'app Salvatempo e le casse self-service. L'ipercoop di Molfetta rappresenta uno dei principali presidi di Coop Alleanza 3.0 nella provincia di Bari e serve una comunità di quasi 20mila soci. (ED).

Molfetta (Ba) - Ha riaperto con una veste completamente rinnovata l' Ipercoop di Molfetta (Ba), all'interno del Centro commerciale La Mongolfiera, in Via Adriano Olivetti (uscita SS 16 bis). Il punto vnedita è stato interessato da un importante intervento di restyling da 3,5 milioni di euro, realizzato da Coop Alleanza 3.0 senza interrompere l'attività del negozio. Esteso su una superficie di circa 4.330 metri quadrati e con un organico di 87 addetti , il negozio è stato ripensato per offrire un'esperienza di acquisto più semplice, moderna e in linea con le nuove esigenze dei consumatori. Tra le principali novità figurano una nuova caffetteria con oltre 30 posti a sedere, la Forneria Coop con pane e pizza preparati anche internamente, i reparti gastronomia, macelleria, pescheria e ortofrutta completamente rinnovati, oltre a una cantina ampliata. Il restyling ha introdotto anche nuovi spazi dedicati alla cura della persona e al benessere , con il corner 'La bellezza di essere me' e il rinnovato Coop Salute , affiancati da un'offerta potenziata nei reparti non alimentari. Per rendere la spesa ancora più rapida, i soci possono utilizzare l'app Salvatempo e le casse self-service. L'ipercoop di Molfetta rappresenta uno dei principali presidi di Coop Alleanza 3.0 nella provincia di Bari e serve una comunità di quasi 20mila soci. (ED).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MF

Controllate e partecipate

Le big hanno inviato ad Ivass i dati del test con i titoli non più considerati risk free

Assicurazioni alla prova dei Btp

A seguire il dossier per evitare vendite dei governativi c'è il ministro Giorgetti che chiede di più alle compagnie

ANNA MESSIA


LE BIG HANNO INVIATO AD IVASS I DATI DEL TEST CON I TITOLI NON PIÙ CONSIDERATI RISK FREE

Assicurazioni alla prova dei Btp

A seguire il dossier per evitare vendite dei governativi c'è il ministro Giorgetti che chiede di più alle compagnie

Finanza e salute, per gli italiani le due maggiori paure

I risultati dell'impatto sull'indice di solvibilità delle grandi compagnie di assicurazione se i titoli del debito pubblico non fossero più considerati risk free sono stati inviati ad Ivass a fine giugno. L'autorità guidata dal presidente Paolo Angelini sta quindi iniziando a studiare le carte e a breve ci saranno i numeri su cui fare nuove, eventuali, riflessioni. A essere coinvolte dal test, come rivelato da MF-Milano Finanza lo scorso 4 giugno, sono esclusivamente le big, ovvero le compagnie che hanno scelto di utilizzare «il modello interno» di Solvency II, diverso dalla formula standard che è uguale per tutti, in cui i titoli di Stato continueranno in ogni caso a essere considerati risk free. Si tratta di Axa, Allianz, e pure Generali che già da tempo all'estero considerano il rischio legato agli investimenti in titoli di Stato. Ma anche di Unipol, Reale Mutua e Sace Bt e, in prospettiva, Intesa Sanpaolo Assicurazioni e Poste Vita, che hanno avviato i cantieri per passare dalla formula standard al modello interno di Solvency II. Gli impatti, nei casi più estremi, potrebbe arrivare a ridurre di oltre 30 punti percentuali l'indice di solvibilità, ma molto potrebbe dipendere dalle modalità di calcolo del rischio, e proprio su questo aspetto si potrebbe aprire un confronto.

Al momento, è importante precisarlo, non c'è nulla di deciso. La volontà è di studiare la materia e quanto la questione sia delicata lo hanno dimostrato le parole del ministro dell'Economia, Giancarlo Giorgetti, che all'ultima assemblea dell'Ania ha «bacchettato» le compagnie che negli ultimi anni hanno costantemente ridotto i loro investimenti in Btp «in contrapposizione all'interesse crescente del retail e degli investitori esteri». A guardare l'ultima relazione Ivass emerge in effetti che se nel 2018 i titoli di Stato italiani rappresentavano il 45,79% delle gestioni separate delle assicurazioni, a fine 2025 la quota era scesa al 32,48% con gli asset gestiti sono saliti a oltre 1.100 miliardi.

Anche se a zero rischio di default e di spread, le compagnie stanno quindi da anni riducendo la loro esposizione in Btp, ed è evidente che, qualora si decidesse anche in Italia di valutare i rischi dei titoli governativi, come richiesto a più riprese dall'autorità assicurativa europea Eiopa (e pure dall'Fmi) e come fanno da tempo in Francia e Germania, l'intenzione sarebbe di ridurne al minimo gli effetti, evitando di dare adito a nuove vendite. La frenata italiana non è stata del resto immotivata: la minore volatilità storica dell'Oat francese o del Bund tedesco rispetto al Btp rende decisamente più leggero l'impatto per le assicurazioni dei rispettivi Paesi. Qualora si scegliesse di procedere anche in Italia, l'intervento andrebbe quindi ben calibrato, con il ministero dell'Economia che sta seguendo attentamente il dossier. Il timing potrebbe essere quello giusto considerando che la nuova Solvency II che entrerà

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in vigore a gennaio avrà l'effetto di «liberare» capitale per le compagnie che operano in Italia per oltre 5 miliardi. La riflessione è aperta ma non è solo questione di tempistica. (riproduzione riservata).

Corriere del Veneto

Controllate e partecipate

Buca del park Umberto I, rompe l'auto Risarcita con 800 euro dal Comune


Buca del park Umberto I, rompe l'auto
Risarcita con 800 euro dal Comune

Ci sono voluti sette mesi di «guerra legale», ma alla fine l'assicurazione del Comune di Venezia ha pagato. Ottocento euro per i danni che un'impiegata mestrina aveva causato alla propria auto mentre parcheggiava nello spazio tra piazzale Candiani e via Circonvallazione. Un'area insidiosa, sterrata e piena di fosse e buche, soprattutto dopo un temporale. La vicenda risale allo scorso novembre ma il sinistro e il relativo risarcimento si sono chiusi solo in questi giorni da parte di Unipol.

Il giorno incriminato la donna era entrata nel parcheggio, pieno di avvallamenti, dossi, buche. E proprio una buca piena d'acqua e quindi «invisibile» era stata la causa dei danni subiti dall'auto della donna che ci è caduta dentro facendo sbattere violentemente la parte anteriore e provocando danni quantificabili in circa 400 euro. Fortunatamente alla scena hanno assistito alcuni testimoni fra cui due operatori della società Avm che hanno anche provveduto a segnalare la presenza dell'insidia. La donna ha dunque fotografato la buca, raccolto i nomi dei testimoni e poi si è rivolta a una officina per sistemare l'auto. Aperto il sinistro senza successo, si è rivolta all'Adico. «Siamo davvero allibiti dal fatto che un parcheggio così frequentato e centrale venga trascurato in questo modo - commenta Carlo Garofolini, presidente di Adico - Non sarebbe dunque il caso di asfaltare l'area?».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino

Controllate e partecipate

Crédit Agricole arbitro del risiko Decisiva per le sorti di Bpm

Unicredit si avvia alla chiusura su Commerz. Sale l'attesa per l'assemblea degli azionisti di Intesa su Mps


Economia

Crédit Agricole arbitro del risiko
Decisiva per le sorti di Bpm

di Andrea Telara MILANO Determinante nel risiko. È più o meno questa l'espressione usata ieri dagli analisti della casa d'investimenti Equita per fotografare il nuovo ruolo assunto dal gruppo francese Crédit Agricole nei futuri assetti del sistema bancario italiano e in particolare nelle sorti di Banco Bpm, il cui titolo ha guadagnato ieri in Borsa il 2,15%. Il 3 luglio scorso, il gruppo translapino ha portato al 29,3% la propria partecipazione nel capitale dell'istituto guidato da Giuseppe Castagna. È una quota che sfiora la soglia dell'opa obbligatoria e che rafforza appunto, in maniera determinante, il peso di Parigi nelle future scelte strategiche di Banco Bpm.

Non a caso, ieri le azioni dell'istituto di Piazza Meda hanno viaggiato col vento in poppa sul listino, segno evidente che la comunità finanziaria di Piazza Affari continua a scommettere su nuove evoluzioni del grande riassetto in corso nel settore creditizio nazionale.

Il mosaico che si trovano di fronte gli investitori, però, è molto ampio. Mentre Crédit Agricole consolida la propria posizione su Banco Bpm, si intensifica anche la partita aperta da Intesa Sanpaolo per la conquista, in tandem con Unipol, del Monte dei Paschi di Siena. Dopo il deposito alla Consob dei documenti per l'offerta pubblica di acquisto e scambio sulla banca toscana, uno dei passaggi decisivi è atteso per il 10 settembre prossimo, quando l'assemblea degli azionisti di Intesa Sanpaolo sarà chiamata ad approvare l'aumento di capitale necessario a sostenere l'operazione. Da quel voto dipenderà la possibilità di dare concretezza al progetto con cui il gruppo guidato da Carlo Messina punta a rafforzare ulteriormente la propria leadership in Italia. In questo intricato intreccio di interessi, invece, sembra perdere progressivamente consistenza l'ipotesi del merger of equals tra Banco Bpm e Mps, la fusione tra pari proposta nelle scorse settimane da Castagna ai vertici della banca senese. È un progetto industriale che sulla carta prevede la nascita del secondo polo bancario italiano, ma che ha incontrato sulla propria strada la mossa improvvisa di Intesa Sanpaolo e Unipol, con la scalata a Mps lanciata l'8 giugno scorso. Ma la partita potrebbe non essere ancora chiusa. Sullo sfondo resta infatti un altro protagonista del risiko: Andrea Orcel. Oggi l'ad di UniCredit sembra aver concentrato gran parte delle proprie energie sull'offerta per la conquista della tedesca Commerzbank, destinata a ridisegnare gli equilibri del credito europeo. Eppure, è stato proprio Orcel ad aprire mesi fa la stagione delle grandi manovre con una sua scalata a Banco Bpm, poi ritirata dopo i numerosi paletti imposti dal governo. Nessuno può quindi escludere che, una volta definita la partita tedesca, il banchiere romano torni a guardare al mercato italiano. Il risiko bancario, insomma, è tutt'altro che concluso. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Bologna)

Controllate e partecipate

Presentazione con Stefano Tura

'I conti senza l'oste' Il libro di Filippo Venturi


IN BREVE
Notizie dalla città

Cavallini e l'isolamento
«Ricorso a Strasburgo»

Omaggio a Dalla in piazza Maggiore
Veltroni racconta il concerto perduto

'I conti senza l'oste'
Il libro di Filippo Venturi

Addio a Franca Ferri
Riamano le scorgole

Precari del Cnr,
nuova protesta

Oggi alle 19 incontro con Filippo Venturi in occasione dell'uscita del suo nuovo libro 'I conti senza l'oste, Un caso per Emilio Zucchini' (Mondadori) nell'ambito della rassegna estiva di librerie.coop Ambasciatori Convento delle Suore Francescane dell'Immacolata Concezione, via Santa Margherita 12.

Dialoga con l'autore Stefano Tura, direttore Rai Emilia-Romagna. Zucchini infine ha capitolato e, su insistenza della sua adorata cameriera Alice, ha acconsentito a partecipare al programma tv 'Quattro Ristoranti'.

Tutto è pronto per accogliere i giudici alla Vecchia Bologna quando in trattoria giunge una notizia terribile: hanno ammazzato Delfo. Il ristorante Da Delfo è un'istituzione della cucina tradizionale bolognese, e il suo cuoco, che andava per i novanta, era amico di Zucchini e di tutti i ristoratori del quartiere.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere di Bologna

Controllate e partecipate

Parole nel chiostro Stasera la presentazione dell'ultimo romanzo di Filippo Venturi

Sfida tra ristoranti, è giallo

Esce oggi «I conti senza l'oste»: protagonisti sempre «Zucca», la cucina e Bologna


Parole nel chiostro Stasera la presentazione dell'ultimo romanzo di Filippo Venturi
Sfida tra ristoranti, è giallo
Esce oggi «I conti senza l'oste»: protagonisti sempre «Zucca», la cucina e Bologna

Sembra quasi una maledizione. O una premonizione. Tutto è pronto per la sfida della celebre trasmissione televisiva «4 Ristoranti» dedicata alle trattorie tradizionali di Bologna.

Emilio Zucchini, detto Zucca, ha verificato ogni angolo della sala e della cucina, ha eliminato ogni granello di polvere, ogni residuo di grasso, per affrontare al meglio una gara che gli dà ansia, nella quale è stato precipitato dalla cameriera-consigliera-amica Alice. All'improvviso erompe dai tubi una materia fangosa, puzzolente, che tutto invade e contamina. Ma questo sarebbe il meno. Perché nel ristorante vicino il proprietario, l'amico Delfo, viene trovato morto in terra in una pozza di sangue con il lavapiatti bengalese Amir che su di lui brandisce un mattarello. La polizia accorre subito, e il commissario Iodice, uno dai modi sbrigativi, non ha dubbi: sbatte in galera lo straniero, che durante ore e ore di interrogatorio fa scena muta.

Anche perché, forse, è muto.

A Zucca, che ama smodatamente il ragù e che nuota come un pesce nell'acqua nelle indagini su casi criminali, quella verità troppo facile non va bene e inizia a investigare.

I conti senza l'oste (Mondadori, pp. 300, euro 18) è l'ultimo romanzo di Filippo Venturi. Lo scrittore, pure gestore di una nota trattoria nella zona di via Righi, ha trovato un proprio felice filone con «dark comedies» ambientate tra le strade e le cucine della nostra città. Suoi sono titoli come Il tortellino muore nel brodo , Gli spaghetti alla bolognese non esistono , È l'umido che ammazza , Il delitto della finestrella .

L'ultimo romanzo, fresco di stampa (arriva in libreria oggi) lo presenta stasera alle 19 nell'appuntamento finale di «Parole nel chiostro» di Librerie Coop, in dialogo con Stefano Tura, direttore di Rai Emilia-Romagna. Segue, per chi voglia fermarsi, cena dai sapori romaneschi nel giardino del convento delle suore francescane, in via Santa Margherita 12.

La storia, ambientata durante un gelido e brumoso gennaio 2025, è ricca di suspense, di salti temporali, di false piste che catturano il lettore nella storia. Per esempio: la sciagura iniziale, la trattoria di Zucca irrimediabilmente lordata, viene brillantemente risolta in poco tempo, e l'oste potrà partecipare alla trasmissione; ma presto altri ostacoli si frappongono all'esibizione, che sarà continuamente messa in discussione. Forse anche perché il nostro ristoratore-detective è un tipo all'antica, affascinato da Ali (Alice), pronto a seguirne i consigli e pure - se lei volesse - a intrecciare con lei, pur tanto più giovane, una storia d'amore, ma è pure diffidente verso quel genere di reality show Intanto proseguono indagini che riaprono vecchie ferite, evocando lo spettro della banda della Uno bianca e dei suoi feroci

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

delitti, che insanguinarono la città. Si parla di vincite più o meno favolose a una lotteria, di biglietti smarriti, di vite sbandate di vecchi protagonisti delle zuffe della curva del Bologna, si evoca la Fortitudo (l'autore è un devoto della squadra), il freddo e Vespe scassate. E risalta la figura di Amir, che non può aver ammazzato il suo datore di lavoro - pensa Zucca e credono in molti - perché a lui doveva tutto, a lui era legatissimo. Ma lo straniero è il colpevole più facile da trovare: «Vi trattiamo come villeggianti, vi diamo il lavoro, la casa, i sussidi e voi ci ripagate con questa moneta!» grida il commissario razzista nel duro interrogatorio al criminale «ideale», Amir del Bangladesh, che scopriremo saper parlare il dialetto bolognese. I capitoli del romanzo sono intercalati da divertenti recensioni negative di ristoranti e dalle risposte dei titolari, tutte vere, garantisce l'autore, che si diverte a tracciare pungenti profili di clienti pretenziosi e strani. Come il «Lamentino», che ti fa notare che il gelato è buono ma un po' freddo... Dietro tutto sta lei, Bologna, con le sue strade, le sue atmosfere, la sua gente, le sue storie e tradizioni. Fin dall'epigrafe del romanzo: «La vita è troppo breve per non vivere a Bologna».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Coop e Cooperazione

Neomunicipalismo e reti industriali: la nuova economia sociale

Aldo Bonomi


Neomunicipalismo e reti industriali: la nuova economia sociale

Microcosmi E conomia e sociale sono sempre state due sfere separate ma articolate, dal trattino del welfare state. Oggi nell'economia sociale, produzione e riproduzione si fondono attraverso l'industrializzarsi delle reti che sorreggono i bisogni della vita quotidiana. Anche il welfare si è scomposto e ricomposto in una costellazione di pratiche che dall'economico ricadono sul sociale, dal welfare aziendale, alle logiche Esg, dai bandi delle fondazioni, alle politiche dei bonus Ogni frammento prova a mordere un pezzetto della questione sociale, rattoppa le emergenze, ma difficilmente ricompone l'ordito della coesione sociale o ferma il logoramento della palafitta sulla quale anche la competitività poggia. Quando nei territori vengono meno casa accessibile, ambiente, mobilità, salute e fiducia, prima o poi anche la crescita incontra il suo tetto di cristallo.

A Bologna Legacoop Emilia-Romagna si è interrogata sulla metamorfosi del mutualismo e su ciò che può diventare l'economia sociale senza trattino con l'assessore Colla che ha posto il tema interrogante non solo l'economico ma le rappresentanze del tavolo del lavoro e del clima. A Milano, Confservizi Lombardia ha convocato il mondo delle utilities a prendere coscienza della propria trasformazione in infrastruttura industriale delle economie fondamentali. Al fondo la stessa domanda: come si tiene assieme la vita materiale dei territori quando il welfare si frammenta e il capitalismo si fa capitalismo delle reti? Sia per il mutualismo che per il sociale, non più terzo settore un tempo margine che si ritrova centro, che per le utilities dei servizi cambia lo spazio di posizione e di rappresentazione. Confservizi non è più la rappresentanza delle ex municipalizzate, ma del più vasto campo delle economie fondamentali: energia, acqua, ambiente, mobilità, aggrega anche l'abitare, le farmacie, il welfare. Perché il concetto di utility riguarda oggi soggetti che stanno nel punto di contatto tra bisogni collettivi e qualità della vita quotidiana. Punto delicatissimo per un management pubblico anch'esso in metamorfosi, consapevole? Che la sostenibilità economica incontra la questione sociale. Come nelle farmacie, che rimangono presidi della cura di prossimità anche se investite da una potente riorganizzazione della filiera, o nella rete dell'abitare pubblico che attraverso la rigenerazione ambientale prova ad alleviare il caro-bollette, e si confronta con i bisogni e l'ipotesi del nuovo piano casa. Sono in campo tante imprese sociali che lavorano con la moltitudine delle vite minute a cui tocca l'ascensore sociale al contrario. Una Azienda Consortile nella città infinita milanese in 29 comuni fa da rete per tenere dentro 1.500 studenti segnalati per abbandono. L'utility diventa sensore della nuova questione sociale urbana e impedisce che le vite sottosoglia scivolino nell'invisibilità. Anche il mutualismo cooperativo si interroga su sé stesso come base di una economia sociale che non nasce per fusione fredda di pubblico e mercato,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ma per ricerca di una soggettivazione comune tra i frammenti della scomposizione: cooperative, imprese sociali, amministrazioni, fondazioni, utilities, imprese private. Sia a Bologna che a Milano ho trovato racconti e tracce di quello che chiamo neomunicipalismo di piattaforma nelle città e nei territori dove si produce per competere. Non nostalgia delle vecchie municipalizzate e neppure ritorno al welfare fordista, ma il salto dal singolo comune all'area vasta dell'urbano-regionale, per mediare l'impatto di trasformazioni troppo grandi per essere lasciate alla loro incoscienza. Le utilities hanno reti e capacità industriale, il mutualismo e l'economia sociale possono portare lettura dei bisogni, prossimità e capacità di fare società. Tracce che ridisegnano anche la geografia di una inedita questione sociale nel piccolo-grande Nord.

La rappresentanza delle utilities lombarde guarda verso Veneto, Piemonte, Liguria, Emilia-Romagna. Non è soltanto una mappa associativa, ma la forma in divenire di un Nord di piattaforme urbano-industriali nel quale nuove questioni si intrecciano. Ci si interroga sul cosa ne sarà del nostro capitalismo di territorio e la sempre più evidente incrinatura del rapporto tra crescita e coesione sociale. Sono d'accordo con Colla che, essendo stato prestato alla politica dal sindacato al tempo del trattino, reduce dalla riunione con i suoi colleghi delle Regioni del piccolo-grande Nord affermava che l'economia sociale che viene avanti non è solo una questione di welfare, ma una questione politica che interroga la tenuta delle istituzioni dal neomunicipalismo alle Regioni per rimettere in mezzo un trattino adeguato ai tempi della economia sociale che viene avanti.

bonomi@aaster.it © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere Romagna

Coop e Cooperazione

Pesca, sbloccati i fondi del 2024 ma è già caos burocrazia per il 2025

Legacoop Romagna: «Dal 22 giugno un malfunzionamento del sito ministeriale sta bloccando tutto»


ECONOMIA

Pesca, sbloccati i fondi del 2024 ma è già caos burocrazia per il 2025

ROMAGNA Un sospiro di sollievo a metà, che rischia di trasformarsi nell'ennesima beffa burocratica per i pescatori romagnoli. Legacoop Romagna accoglie con favore l'avvio, da parte del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (Masaf) guidato da Francesco Lollobrigida, dell'erogazione delle indennità per il fermo pesca 2024. Si tratta di un traguardo atteso da mesi e sollecitato a più riprese dall'associazione insieme alle cooperative della costa.

Un sostegno vitale per imprese e lavoratori che finalmente vede la luce, seppur dopo tempi di attesa decisamente troppo lunghi.

Il tempo di festeggiare, però, non c'è. Se i nodi del 2024 sembrano essersi sciolti, l'orizzonte del 2025 si preannuncia già tempestoso a causa di un vero e proprio "muro" informatico.

Il blocco del sito ministeriale A lanciare l'allarme sono i funzionari di riferimento per pesca e acquacoltura di Legacoop Romagna, Giorgia Gianni e Mirco Bagnari, che spiegano come le imprese si trovino nell'impossibilità materiale di presentare le domande per le nuove misure del 2025: «Dal 22 giugno un malfunzionamento del sito ministeriale "Fermo Pesca" sta bloccando tutto. Il sistema non permette il pagamento della marca da bollo tramite PagoPA, impedendo di fatto l'invio delle istanze. Come se non bastasse, la piattaforma richiede ancora l'inserimento manuale di ogni singola giornata di fermo non obbligatorio per ciascun lavoratore. Si tratta di un adempimento che richiede tempi di compilazione biblici, del tutto incompatibili con i ritmi e le esigenze delle imprese».

In sintesi, la flotta romagnola è paralizzata dalla burocrazia digitale per cause totalmente indipendenti dalla propria volontà.

Le richieste Di fronte a questo cortocircuito, Legacoop Romagna si è mossa ufficialmente, chiedendo al Masaf e al Ministero del Lavoro un intervento urgente per ripristinare la piattaforma o, in alternativa, per autorizzare modalità di pagamento diverse per la marca da bollo.

La richiesta è chiara: se i disservizi non verranno risolti immediatamente, sarà indispensabile concedere una proroga dei termini di presentazione delle domande, proporzionata ai giorni di blackout del sistema. L'obiettivo è evitare che a pagare il conto delle inefficienze dello Stato siano, ancora una volta, le imprese.

«Ci auguriamo che la stessa capacità di intervento dimostrata in questi giorni sulle pratiche del 2024 si concretizzi anche per il 2025 - concludono Gianni e Bagnari -. Il Ministro Lollobrigida sa bene che il settore sta affrontando una crisi profonda, aggravata nelle ultime settimane anche dall'impennata dei costi del carburante. Alle nostre imprese non servono favori, ma certezze immediate e la riduzione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di un carico burocratico che ogni volta diventa sempre più inspiegabile».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere dell'Umbria

Coop e Cooperazione

Sport e cooperazione fanno squadra

Valori in Campo in scena ad Assisi


PRIMO PIANO 5

PREZZO MEDIO BENZINA

PREZZO MEDIO GASOLIO

Consultazione online per i referendi 5 sulle politiche giovanili

Question time giovedì nell'aula di Palazzo Cesaroni

Patto avanti. "Bene crescita turismo nella nostra regione"

Tributi e Irap in discussione in prima commissione

Sport e cooperazione fanno squadra

Valori in Campo in scena ad Assisi

IL TROVATORE

venerdì 10 luglio 2026 ore 21:30

Villa del Boccaglione Bettona (PG)

Questo pomeriggio alle 17, nella sede della Sir Safety System, in via dei Fornaciai 9 ad Assisi, si terrà l'evento "Valori in Campo - Quando sport e cooperazione fanno squadra", promosso da Legacoop, Legacoop Umbria e Sir Safety Perugia. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di favorire il confronto tra il mondo dello sport e quello della cooperazione, due realtà fondate su valori comuni: partecipazione, inclusione, responsabilità condivisa, lavoro di squadra, crescita delle persone e legame con il territorio. Partendo dall'esperienza della Sir Safety Perugia, cooperativa associata a Legacoop Umbria dal 20 luglio 2011 e che compirà 15 anni di affiliazione, protagonista di primo piano della pallavolo italiana, l'evento intende offrire un'occasione di riflessione sul ruolo dello sport come motore di comunità e sul modello della cooperativa sportiva come opportunità per rafforzare partecipazione, sostenibilità e sviluppo delle organizzazioni sportive. Sono invitati a partecipare Comuni, associazioni sportive dilettantistiche, federazioni regionali, enti di promozione sportiva e tutte le realtà interessate ad approfondire il rapporto tra sport, cooperazione e territorio. L'incontro sarà moderato dal giornalista Iacopo Volpi. E' in programma per le ore 19 la premiazione Valori in Campo.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nazione (ed. Umbria)

Coop e Cooperazione

Oggi alle 17, nella sede della Sir Safety System

'Valori in campo', inclusione e crescita Quando sport e cooperazione fanno squadra


Tutto Perugia

Con l'UniStranieri l'ex Senologia diventa uno spazio per studenti

Comune e Università «a braccetto» Patto per semplificare le iniziative

Terza Categoria, Verducci e Roggerini sono i campioni umbri

'Valori in campo', inclusione e crescita Quando sport e cooperazione fanno squadra

"Valori in Campo - Quando sport e cooperazione fanno squadra", evento promosso da Legacoop, Legacoop Umbria e Sir Safety Perugia, è in programma oggi alle 17, nella sede della Sir Safety System di Assisi. Presenti il sindaco di Assisi, Stoppini, il presidente della Sir, Sirci, quello di Legacoop Umbria, Valenti. Ma anche Gamberini e Granero di Legacoop nazionale insieme al presidente del Coni Umbria Moscatelli e tante altre figure di spicco. L'iniziativa nasce con l'obiettivo di favorire il confronto tra il mondo dello sport e quello della cooperazione, due realtà fondate su valori comuni: partecipazione, inclusione, responsabilità condivisa, lavoro di squadra, crescita delle persone e legame con il territorio. Partendo dall'esperienza della Sir Safety Perugia, cooperativa associata a Legacoop Umbria dal 20 luglio 2011 e che compirà 15 anni di affiliazione, l'evento intende offrire un'occasione di riflessione sul ruolo dello sport come motore di comunità e sul modello della cooperativa sportiva come opportunità per rafforzare sostenibilità, partecipazione, e sviluppo delle organizzazioni sportive.

L'invito a partecipare è aperto a Comuni, associazioni sportive dilettantistiche, federazioni regionali, e alle realtà interessate ad approfondire il rapporto tra sport, cooperazione e territorio.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera (ed. Milano)

Coop e Cooperazione

Ceccarelli lascia Palazzo Marino Al suo posto Milly Moratti


CRONACA DI MILANO

San Siro, veleni al parco dei Capitani «Possibili rischi sanitari da contatto»

Ceccarelli lascia Palazzo Marino Al suo posto Milly Moratti

SICUREZZA SENZA PISTOLERI NUOVA CASA PER IL FUMETTO

Il consigliere comunale in quota dem Bruno Ceccarelli lascia il suo scranno a Palazzo Marino. Dietro le dimissioni, la scelta di proseguire il suo impegno in Coop Lombardia, dove è responsabile delle politiche sociali e della comunicazione, e come presidente di Mutua Insieme Salute. «Le due cose assorbono molto tempo», spiega il dem, aggiungendo che «i prossimi mesi saranno segnati - e lo sono già - dalla campagna elettorale e mi sono chiesto dove poter dare un contributo migliore». Gli auguri per le attività future arrivano dalla vicesindaca Anna Scavuzzo, con cui Ceccarelli ha collaborato sull'urbanistica. «È stata per noi tutti una lezione di grande valore anche etico e morale: l'esortazione a continuare a costruire risposte collettive a bisogni individuali, scegliendo ciò che è giusto e non solo ciò che è facile». Il dem lascerà il suo posto alla prima dei non eletti, la consigliere in quota Pd Milly Moratti, se dovesse accettare di entrare al suo posto per l'ultimo anno di mandato.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Giorno (ed. Metropoli)

Coop e Cooperazione

Le dimissioni

Ceccarelli lascia il Consiglio comunale. «Scelta professionale»


La partita per Palazzo Marino
La frecciata di Sala contro Cottarelli «Ricordo le sue parole sulla destra»
Ceccarelli lascia il Consiglio comunale. «Scelta professionale»

MILANO «Non è semplice arrivare alla fine di un'esperienza»: così Bruno Ceccarelli, consigliere Pd e presidente della commissione Rigenerazione urbana, ha annunciato la sua «ultima seduta» e le dimissioni per ragioni professionali, «anche perché per me la politica non è mai stata un incarico che si apre e si chiude come un cassetto, è stata un modo di guardare le cose cambiare. Ho sempre pensato che ogni mandato fosse l'ultimo, per dare il massimo ogni volta e per cercare il più possibile di non pensare a eventuali tappe successive. Guccini diceva che "bisogna saper scegliere il tempo" e credo che questo sia il tempo di una scelta». Ha ringraziato poi sindaco, colleghi e opposizione.

Ceccarelli è stato consigliere comunale per due mandati e, nel corso della sua carriera politica, è stato altrettanti mandati anche sui banchi del Consiglio provinciale e del consiglio di zona, mentre oggi siede in Consiglio metropolitano. La scelta di lasciare il ruolo politico è legata all'impegno come presidente di Mutua Insieme Salute e come responsabile delle politiche sociali e della comunicazione di Coop Lombardia, attività a cui da oggi si dedicherà totalmente. Al suo posto dovrebbe subentrare la prima dei non eletti, Milly Moratti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Fiorentino

Coop e Cooperazione

Ritorno al Maggio Massini riporta la sua Scuola Popolare di Scrittura alla Cavea: «Ormai tutti scrivono ma in una forma esibizionistica»

«Raccontiamo insieme la felicità Ma oggi è diventata un dovere»

Caterina Ruggi d'Aragona


CULTURE

Ritorno al Maggio Massini riporta la sua Scuola Popolare di Scrittura alla Cavea: «Ormai tutti scrivono ma in una forma esibizionistica»

CARNET

«Raccontiamo insieme la felicità Ma oggi è diventata un dovere»

Stenterello, premio alla memoria di Riondino

Un rito collettivo, con l'adrenalina di un concerto rock, il pathos di uno spettacolo teatrale, l'intimità di un'autoanalisi, in una platea che diventa comunità.

Un anno dopo, Stefano Massini riporta Liberamente_ Scuola Popolare di Scrittura Sotto le stelle nella Cavea del Teatro del Maggio Musicale Fiorentino, lunedì 13 e sabato 25, ore 21. Due serate che, con oltre 1.200 biglietti già venduti in prevendita, volano verso il sold out.

«Non finirò di stupirmi per la reazione entusiasta della gente a quest'iniziativa», commenta il drammaturgo Stefano Massini, direttore artistico del Teatro della Toscana, ricordando le oltre 4 mila persone (di cui 2.500 sul tetto del lirico fiorentino) che hanno seguito la scorsa stagione il progetto di Teatro della Toscana, riproposto con il contributo di Ministero della Cultura, in collaborazione con Fondazione Teatro del Maggio Musicale Fiorentino e Accademia del Maggio Musicale Fiorentino, con il sostegno di Unicoop Firenze.

«Ho voluto fortemente l'aggettivo popolare nel titolo di questo progetto, per sottolinearne l'aspetto di cui vado più fiero, che forse può lasciare scontenti quelli che si ritengono già scrittori». Non aspettatevi un vero e proprio corso di scrittura, ma un'occasione culturale aperta a tutti, condotta da Stefano Massini con il tratto consueto del suo narrare, ironico e spiazzante, pop, graffiante ed emozionante. «Nell'edizione primaverile, dedicata alla paura, c'è stato chi ha raccontato la sua esperienza durante il terremoto dell'Aquila. L'estate scorsa abbiamo esplorato la rabbia: sono venuti fuori racconti molto forti. C'era un gruppo da Modena, persone da Como o dalla Calabria, venute a Firenze per Liberamente. C'erano maestre di scuola che poi mi hanno spedito pacchi di fogli in cui avevano fatto eseguire i miei esercizi ai loro alunni. Per me, il momento più potente è sempre in quei pochi minuti di silenzio in cui chiedo a centinaia di persone - adulti, bambini e anziani, con quadernino e matita - di isolare immagini e parole per indagare il tema scelto. Perché è vero che ormai tutti scrivono, ma in una forma esibizionistica, voyeuristica, mentre manca la forma di scrittura privata, diaristica, che fa fare i conti con se stessi e crea interazione».

Cercansi parole per condividere pensieri, passioni e nuovi immaginari sulla felicità. «Un tema fondamentale che ha assunto ahimè la forma di un dovere: dalle pubblicità passa il concetto che devi per forza essere felice, altrimenti hai qualcosa che non va e ti devi vergognare. Per non parlare dei social, dove tutti pubblicano foto di vacanze e cene con gli amici. Questa caccia alla felicità, che poi è posticcia, toglie la possibilità di godere di qualcosa che apparentemente è a un grado inferiore: la quiete, la serenità.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Fiorentino

Coop e Cooperazione

Ed è una fregatura, perché la felicità dura un attimo: lo diceva Goethe e l'ha spiegato la scienza», sottolinea ancora Massini, che attingerà anche al suo spettacolo La ricerca della felicità , ispirato all'omicidio di Stefano Leo, ucciso nel 2019 ai Murazzi del Po a Torino da uno sconosciuto «perché era felice». La scommessa è raccontare la felicità con ironia, collettivamente, accompagnati dagli artisti dell'Accademia del Maggio Musicale Fiorentino che intoneranno brani da opere come Rigoletto di Verdi e Nozze di Figaro di Mozart, e poi il finale del Flauto magico di Mozart. Durante le due serate (ingresso 5 euro, prevendite sul sito www.maggiofiorentino.com) sono previsti sconti fino al 50% sugli abbonamenti alla prossima stagione del Teatro della Toscana. La Scuola Popolare di Scrittura proseguirà con incontri gratuiti al Teatro della Pergola (domenica 29 novembre e 6 dicembre, ore 11).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Provincia di Como

Coop e Cooperazione

L'istituto che si apre Per i bimbi dei detenuti c'è lo Spazio giallo


Un pallone per sentirsi famiglia

L'istituto che si apre Per i bimbi dei detenuti c'è lo Spazio giallo

I bambini non dovrebbero conoscere un ambiente penitenziario. Eppure, ci sono momenti in cui sono comunque costretti, se vogliono vedere il proprio genitore, ad entrare in carcere.

Nelle sale colloqui si cerca di creare un ambiente il più possibile confortevole con spazi gioco e momenti di socialità, anche se è difficile non fare sentire ai più piccoli il clima di controllo. Ecco perché sono così preziose iniziative come "La partita con mamma e papà" che, anche se per poche ore, fanno "respirare" aria di libertà. La partita che si è svolta al Bassone si inserisce nel contesto dei progetti "Officina dei legami" e "Por Spazio giallo" che la Cooperativa Lotta Contro l'Emarginazione ha avviato all'interno della Casa Circondariale Bassone nel 2025, in collaborazione con l'associazione Bambini senza sbarre che, da oltre vent'anni, difende i diritti dei figli di persone ristrette. I progetti rispondono all'esigenza di cura dei legami familiari in detenzione e di tutela dei più piccoli, secondo il dettato della Carta dei diritti dei figli di genitori detenuti, un protocollo d'intesa firmato nel 2014 tra Bambini senza sbarre, Ministero della giustizia e Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza.

In concreto, i progetti prevedono l'attivazione di interventi educativi individuali e di gruppo a sostegno dei papà e delle mamme all'interno della Casa Circondariale e l'attivazione dello Spazio giallo, cioè un luogo di accoglienza delle figlie e dei figli di genitori detenuti. La giornata della partita è il punto di arrivo dei progetti, un evento pensato e preparato con i papà e le mamme incontrate nei gruppi di parola. Ma è anche una nuova partenza perché permette di fare nuove conoscenze con le famiglie e di fornire stimoli per il lavoro educativo.

«Questa iniziativa rappresenta un'occasione unica in cui gli istituti penitenziari si aprono alle famiglie, ma non solo - spiega Laura Castegnaro di Cooperativa lotta contro l'emarginazione - Anche per questa edizione, come lo scorso anno, infatti, siamo riusciti a tessere una rete molto interessante di relazioni e collaborazioni. Dalla presenza di un arbitro professionista che ci ha aiutato a gestire l'evento sportivo, al coinvolgimento di alcuni giovani volontari del territorio per sostenerci nei momenti di gioco e animazione della giornata. La partita ha rappresentato anche l'occasione di far toccare con mano la realtà della Casa Circondariale. Importante è stato anche il sostegno dei Soci Coop Lombardia per acquistare la merenda e la collaborazione con Calcio Como 1907 che ha donato palloni e magliette». K. Tri.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Provincia di Cremona

Coop e Cooperazione

Flora: Zeni e Sbordi i migliori del torneo

TENNIS IN CARROZZINA. Gli atleti della Baldesio in luce nei due gruppi in gara

GABRIELE COGNI


38 Sport La Provincia

TENNIS

Cobolli e Paolini ok conquistano i quarti

A Wimbledon il romano in gran forma ha superato De Minaur in tre set Oggi torna in campo Sinner a difesa del titolo: c'è la sfida al tedesco Struff

Torneo di terza: Camarda in trionfo A Spino superato in finale Bettati

Flora: Zeni e Sbordi i migliori del torneo

TENNIS IN CARROZZINA. Gli atleti della Baldesio in luce nei due gruppi in gara

CREMONA Nell'aria è si respirata ancora la freschezza del titolo lombardo conquistato dalla Baldesio soltanto due settimane prima. In campo hanno guidato invece l'energia, l'entusiasmo e la passione dei giocatori per un torneo ricco di spettacolo. Cremona si è confermata nuovamente città di riferimento del tennis in carrozzina. L'appuntamento di carattere nazionale è stato ospitato dal Flora, con una manifestazione organizzata dalla stessa Canottieri di via Riglio in collaborazione con Aics Cremona e il locale comitato soci Coop Lombardia. Il torneo è ormai diventato una consuetudine a inizio estate, un momento di confronto atteso nel calendario degli stessi tennisti.

Sono stati otto i partecipanti, buona parte proprio della formazione della Baldesio, suddivisi in due gironi all'italiana: è stato un weekend ricco di sfide. Nel gruppo Open 1 si è imposto Giovanni Zeni, capitano della Baldesio, nel raggruppamento 2 la vittoria è stata conquistata dal compagno di squadra Matteo Sbordi.

Il successo complessivo della manifestazione ha trovato ancora una volta pieno riscontro nel sorriso sul volto di tutti i protagonisti in campo e degli stessi organizzatori.

Zeni ha ottenuto la vittoria del proprio raggruppamento chiudendolo a punteggio pieno, grazie ai successi ottenuti su Andrea Cinquetti per 6-2 6-0, su Giacomo Perfigli per 6-1 6-0 e, nel match decisivo, con un doppio 6-3 6-3 su Dario Benazzi. Proprio quest'ultimo ha terminato il tabellone in seconda posizione, davanti a Perfigli e Cinquetti.

Nel girone 2, anche Sbordi ha vinto tutte le sue partite: il tennista della Baldesio si è imposto con un doppio 6-0 su Sergio Cortese, ha battuto 6-1 6-0 Giovanni Pistoia e ha vinto la sfida decisiva per il successo del r aggr u pp amento contro Mir cea Costantin, con il punteggio di 6-4 4-6 7-5. Costantin si è piazzato secondo, Cortese ha concluso in terza posizione, davanti a Pistoia. All'appuntam e n t o sui campi del Flora non è mancato il delegato provinciale del Coni, Alberto Lancetti. Al termine, si è svolto il momento di festa con la cerimonia di premiazione dei tennisti, insieme a organizzatori e ospiti. Il tennis in carrozzina torna protagonista in provincia nel terzo weekend di luglio con il memorial Bruno Cottarelli alla Fadigati di Cicognolo. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa (ed. Savona)

Coop e Cooperazione

Savona. Domani in concerto al Riviera Jazz & Blues Festival

Sun Ra Arkestra nell'unica data italiana del tour


Savona. Domani in concerto al Riviera Jazz & Blues Festival
Sun Ra Arkestra nell'unica data italiana del tour

Sarà una serata all'insegna del grande jazz internazionale quella di domani, quando il Riviera Jazz & Blues Festival farà tappa nella suggestiva cornice di Piazza del Santuario a Savona. Protagonista assoluta sarà la Sun Ra Arkestra, storica formazione fondata dal visionario compositore e pianista Sun Ra, attesa per quella che rappresenta l'unica data italiana del tour. Il concerto, in programma alle 21,30 con ingresso gratuito, è uno degli appuntamenti più prestigiosi della decima edizione della rassegna. Da oltre 70 anni la Sun Ra Arkestra è considerata una delle realtà più influenti della storia del jazz, capace di fondere improvvisazione, avanguardia, spiritualità e spettacolarità in un linguaggio musicale unico. Dopo la scomparsa del fondatore, nel 1993, l'ensemble ha continuato la propria attività mantenendo viva l'eredità artistica di Sun Ra. Oggi, dopo la storica guida del sassofonista Marshall Allen, recentemente sostituito nelle tournée internazionali dal veterano Knoel Scott, l'Arkestra continua a esibirsi nei principali festival del mondo proponendo le composizioni che hanno segnato la storia del jazz contemporaneo. La musica inizierà già dalle 19 con un ricco programma di eventi collaterali. Nel dehors del Bar Cavassa si esibirà l'artista e musicista Chimi, mentre in Piazza del Santuario sarà protagonista il dj set di Ma Nu. In contemporanea è previsto anche un laboratorio di animazione dedicato ai bambini, trasformando il borgo del Santuario in uno spazio di incontro e condivisione per tutte le età. Per tutta la durata della manifestazione saranno inoltre attivi punti ristoro e stand gastronomici, con le proposte dei locali della zona e il punto birra curato da Raindogs House. A disposizione del pubblico anche un ampio parcheggio situato a circa 150 metri dalla piazza. L'iniziativa ha il sostegno del Comune, Coop Liguria e Fondazione De Mari.D.G. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Concorrenza GDO

Grande distribuzione

VéGé, nuovi investimenti da 1,7 miliardi in due anni

Il piano: rinnovo di 200 punti vendita e cento nuovi negozi di cui 5 ipermercati Arena: «La crescita sarà trainata anche dall'ingresso di nuovi soci e acquisizioni»

Enrico Netti


VéGé, nuovi investimenti da 1,7 miliardi in due anni

Piano d'investimenti per il biennio 2026-2027 da 1,7 miliardi di euro per il Gruppo VéGé che punta a conquistare il podio della Gdo italiana. Un podio che vede sul gradino più alto il Gruppo Selex con 22,35 miliardi di ricavi seguito da Conad a 21,72 miliardi mentre il sistema Coop è a 17 miliardi di cui 15,1 realizzati dal solo comparto retail.

L'assemblea dei soci VéGé ha approvato il bilancio 2025 che ha raggiunto i 16,28 miliardi di ricavi con un +6,5% sull'anno precedente mentre il budget per quest'anno, considerando l'andamento del primo semestre, punta al superamento a fine 2026 dei 17 miliardi di ricavi, con un incremento del 5,1%. I piani del gruppo prevedono poi il raggiungimento dei 20 miliardi di fatturato entro la fine del 2027.

Con una dote di 1,7 miliardi da investire il sistema VéGé accelera per consolidare la presenza ed espandersi sul territorio. «Continueremo a investire nello sviluppo della rete, nell'innovazione e nella competitività, con l'ambizione di rafforzare ulteriormente il ruolo di VéGé quale punto di riferimento della distribuzione moderna italiana - dice al Sole 24 Ore Giovanni Arena, Cavaliere del lavoro e presidente del Gruppo -.

Una crescita che potrà essere trainata dall'apertura di nuovi punti vendita ma anche dall'ingresso di nuovi soci e da operazioni di M&A. Il nostro piano ci accompagnerà nella conquista del terzo posto sul podio». Secondo il piano industriale nel biennio verranno ristrutturati 200 punti vendita, sono previste un centinaio di nuove aperture di cui almeno cinque ipermercati.

Sono gli ipermercati uno dei motori della crescita di VéGé. «Il trend medio delle vendite nei 93 ipermercati degli associati è quattro volte superiore rispetto alla media del mercato italiano - continua Arena - con una produttività (il valore delle vendite per metro quadro ndr) intorno ai 12mila euro per metro quadro».

Si prosegue inoltre in tutta Italia con il piano di espansione digitale e con il combinato delle vendite tramite servizi di home delivery e quick commerce che lo scorsa anno hanno superato i 250 milioni di euro. Tra la trentina di soci che costituiscono il Gruppo consortile che puntano di più sul modello ipermercato ci sono Bennet, Gruppo Arena e Tosano. Quest'ultimo ha una rete di 23 ipermercati e, per esempio, negli ultimi mesi dal Nord Est è sbarcato nell'area della città metropolitana di Milano con due grandi store e ora ha in calendario almeno altre 2 aperture nell'hinterland milanese: in autunno sarà inaugurato quello di Vimodrone, al posto di uno spazio Conad, e nel febbraio 2027 a Paullo. «I

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

nostri soci imprenditori giorno dopo giorno costruiscono un percorso grazie alla capacità di lavorare insieme con obiettivi comuni - sottolinea il presidente del Gruppo VéGé -. È un percorso che si traduce anche in uno sviluppo capace di rigenerare e recuperare spazi abbandonati e aree periferiche». Anche il Gruppo Arena è impegnato in questo format e una decina di giorni fa ha inaugurato, dopo un investimento di 40 milioni, l'Arena di Catania, centro commerciale di proprietà in quella che era una galleria Auchan. «Abbiamo rigenerato quel centro commerciale con un ipermercato, una food court con 450 posti a sedere e creato 400 posti di lavoro» dice Giovanni Arena. In questo percorso di crescita c'è un ecosistema di supporto basato su una serie di attività media, con progetti di comunicazione on site, digital, radio instore e iniziative territoriali capaci di coinvolgere ogni giorno milioni di clienti e consolidare il legame tra insegne, brand e i consumatori. enrico.netti@ilsole24ore.com © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Alimentando

Concorrenza GDO

Cosa dicono le famiglie che fanno la spesa in Carrefour ma anche, contemporaneamente, in Coop, Conad, Esselunga?


Alimentando

Cosa dicono le famiglie che fanno la spesa in Carrefour ma anche, contemporaneamente, in Coop, Conad, Esselunga?

07/06/2026 09:56

Alimentando si è occupata più volte dell' evoluzione di Carrefour (che deve diventare GS, Generale Supermercati) da quando è stato acquisito dalla famiglia Mastrolia. L'ultimo articolo era dedicato all' evoluzione del layout e dei display di Carrefour-Assago vedi qui) per far posto a un nuovo gruppo di acquirenti, gli operatori dell'Horeca . Sempre nello stesso articolo abbiamo osservato le nuove linee promozionali e la scontistica vedi qui È utile a questo punto capire come Carrefour sia vissuto rispetto ai suoi storici competitori: Coop Conad, Esselunga . Abbiamo allora chiesto a Daniele Tirelli , fondatore di Amagi, di approfondire questi aspetti grazie alla sua ricerca CX Store 2026 , forte di un bacino di 25mila famiglie. Ecco una sintesi della sua analisi sulle famiglie che frequentano le tre insegne contemporaneamente, Coop, Conad, Esselunga. Una prima indicazione L'Indice di Reciprocità è una delle metriche più distintive dell'osservatorio CX Store Research, dice Daniele Tirelli, perché risponde a una domanda che le quote di mercato, da sole, non possono chiarire: quando due insegne condividono le stesse famiglie clienti, chi delle due gode di maggiore benevolenza presso quel pubblico conteso? La logica è la seguente. Si isola il segmento di famiglie che frequentano abitualmente entrambe le insegne — in questo caso Carrefour e Coop — e si misura, all'interno di questo perimetro comune, il Goodwill che ciascuna insegna riscuote. Il confronto è quindi perfettamente simmetrico: le due insegne vengono giudicate dagli stessi giudici, famiglie che le conoscono entrambe per esperienza diretta e ripetuta. Questo elimina il principale limite dei confronti tradizionali di soddisfazione, dove ogni insegna viene valutata dai propri clienti, con basi campionarie non sovrapponibili e quindi non realmente comparabili. L'Indice di Reciprocità è, in questo senso, l'equivalente statistico di un derby giocato in campo neutro L'utilità competitiva della metrica è duplice. In primo luogo, misura la vulnerabilità reciproca: le famiglie comuni sono per definizione clienti contendibili, il cui portafoglio di spesa si sposta gradualmente verso l'insegna che percepiscono come superiore. Un divario di Goodwill su questo segmento non è un dato di immagine, ma un indicatore predittivo di travaso di quote di spesa. In secondo luogo, indica dove si vince e dove si perde la battaglia: il valore complessivo dice chi è in vantaggio, ma è il profilo articolato per reparti e servizi a dire perché. Il vissuto di Carrefour vs Coop sulle famiglie clienti comuni Ed è qui che il grafico radar rivela il suo valore diagnostico. Il Goodwill complessivo, sottolinea Daniele Tirelli, è la risultante di decine di micro-giudizi che le famiglie formulano su ortofrutta, macelleria, pescheria, panetteria, gastronomia, ma anche su dimensioni di servizio come loyalty, promozioni, assortimento, ambientazione, personale e vicinanza. Due insegne con lo stesso Goodwill complessivo possono avere profili radicalmente diversi: una forte nei freschi e debole nei

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

servizi, l'altra viceversa. Solo la scomposizione per reparti consente di trasformare la misura in azione manageriale, identificando i punti di MRQP (Massima Reciprocità Qualità-Prezzo) da recuperare: i reparti dove il divario con il concorrente è più ampio e dove, quindi, un investimento mirato produce il massimo ritorno in termini di riconquista delle famiglie condivise. Nel caso illustrato qui sotto, evidenzia il profilo di Coop (in rosso) domina quello di Carrefour (in blu) sulla quasi totalità delle dimensioni rilevate, con un vantaggio particolarmente marcato sui reparti freschi . Per Carrefour, la lettura del radar non è una condanna ma una mappa: indica con precisione dove concentrare le risorse per riequilibrare la percezione presso il pubblico che le due insegne si contendono ogni settimana. Coop ottiene livelli di gradimento superiori a Carrefour in quasi tutti i reparti analizzati . La distanza tra le due curve è particolarmente evidente nei reparti a forte componente di freschezza e servizio , come ortofrutta macelleria pescheria formaggi e panetteria , dove Coop si posiziona stabilmente più in alto. Questo suggerisce una percezione di maggiore qualità del prodotto , cura espositiva e fiducia nel reparto da parte dei clienti. Carrefour mostra invece valori più contenuti, con performance relativamente migliori nei reparti più standardizzati o confezionati , come bevande birre prodotti di marca e igiene , dove la distanza rispetto a Coop si riduce. Tuttavia, anche in questi casi Coop mantiene un vantaggio. Nei reparti legati all'esperienza ambientazione esperienza ortofrutta esperienza gastronomia Coop continua a prevalere, indicando una superiorità percepita nell'atmosfera del punto vendita e nella capacità di valorizzare i prodotti freschi. Il dato Complessivo conferma la tendenza generale: Coop risulta globalmente più apprezzata , con un indice di gradimento più elevato e più omogeneo, mentre Carrefour mostra una performance più variabile e generalmente inferiore. In sintesi, la tabella evidenzia un posizionamento molto diverso Coop è percepita come più forte nei reparti freschi, assistiti e esperienziali Carrefour appare più competitiva nei reparti confezionati e a bassa interazione , ma senza mai superare Coop. Passiamo ad osservare il comportamento delle famiglie che acquistano in Carrefour vs Conad Il confronto tra Carrefour e Conad mostra una superiorità complessiva di Conad , spiega Daniele Tirelli, nella maggior parte dei reparti, con una curva più ampia e stabile lungo tutto il radar. Conad si distingue soprattutto nei reparti freschi ortofrutta, macelleria, pescheria, formaggi, panetteria dove il livello di gradimento è nettamente più elevato. Questo indica una percezione di maggiore qualità del prodotto , assortimento più curato e un'esperienza d'acquisto più soddisfacente. Carrefour presenta valori più contenuti e meno omogenei, con performance relativamente migliori nei reparti confezionati e a bassa interazione , come bevande, birre, igiene e prodotti di marca. Anche in questi segmenti, tuttavia, Conad mantiene un vantaggio, seppur meno marcato. Nei reparti legati all'esperienza del punto vendita ambientazione, esperienza ortofrutta, esperienza gastronomia Conad continua a prevalere, suggerendo una maggiore capacità di creare un ambiente coerente, gradevole e orientato alla valorizzazione dei prodotti freschi. Il dato complessivo conferma la tendenza generale: Conad risulta più apprezzata in modo trasversale , mentre Carrefour mostra una performance più discontinua e concentrata nei reparti

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

meno esperienziali. In sintesi, il grafico evidenzia due posizionamenti distinti: Conad forte nei reparti freschi, nel servizio e nell'esperienza complessiva. Carrefour più competitivo nei reparti confezionati, ma senza superare Conad. Il confronto tra Carrefour ed Esselunga evidenzia, dice Daniele Tirelli, una differenza marcata e sistematica a favore di Esselunga. La curva di Esselunga è infatti più ampia lungo quasi tutte le dimensioni del radar, indicando un livello di gradimento superiore e più omogeneo. I reparti freschi ortofrutta, macelleria, pescheria, formaggi, panetteria rappresentano il punto di forza più evidente di Esselunga. Qui il divario con Carrefour è particolarmente ampio, segnalando una percezione di qualità superiore , maggiore cura del prodotto e un'esperienza d'acquisto più soddisfacente. Anche nei reparti a forte componente di servizio, come gastronomia e taglio salumi e formaggi, Esselunga mantiene un vantaggio significativo. Carrefour mostra valori più contenuti e meno uniformi, con performance relativamente migliori nei reparti confezionati (bevande, birre, prodotti di marca, igiene). Tuttavia, anche in queste categorie Esselunga conserva un margine di vantaggio, seppur meno accentuato rispetto ai reparti freschi. Le dimensioni legate all'esperienza complessiva del punto vendita ambientazione, esperienza ortofrutta, esperienza gastronomia confermano ulteriormente la superiorità di Esselunga, suggerendo una maggiore capacità di creare un ambiente coerente, gradevole e orientato alla valorizzazione dei prodotti freschi. Il dato complessivo sintetizza la situazione: Esselunga risulta nettamente più apprezzata , con un indice di gradimento più elevato e stabile, mentre Carrefour mostra una performance più discontinua e concentrata nei reparti meno esperienziali.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Gazzettino (ed. Padova)

Concorrenza GDO

Il Tar dà ragione al Comune, sì al supermercato

`Ritenute legittime le procedure per l'attività a Tencarola

BARBARA TURETTA


Il Tar dà ragione al Comune, sì al supermercato

SELVAZZANO Nuovo supermercato a Tencarola: il Tar del Veneto ha respinto il ricorso promosso dalla Società proprietaria del centro commerciale Shopping Ten ubicato sempre a Tencarola. Tra le parti in causa anche il Comune di Selvazzano accusato di avere posto in essere tra il 2022 e il 2025 atti illegittimi finalizzati alla realizzazione di una struttura di vendita (un supermercato Aldi fino a 1.500 metri quadrati) su un'area precedentemente residenziale, tramite variante urbanistica e accordo pubblico-privato.

Nella sentenza il tribunale amministrativo del Veneto ha chiarito che il commissario straordinario era competente ad adottare la variante urbanistica e che l'accordo pubblico-privato e la variante sono stati valutati e approvati secondo la normativa vigente.

«Il Consiglio comunale neo-insediato - si legge nella sentenza - ha nuovamente confermato l'interesse pubblico dell'accordo in occasione della definitiva approvazione della variante urbanistica, che ne ha recepito le previsioni. In tale sede il Consiglio comunale ha preso in esame le osservazioni pervenute e, accogliendole in parte, ha introdotto alcune modifiche», riguardanti tra l'altro le opere pubbliche poste a carico dei proponenti.

Nelle sentenza si afferma inoltre che: «L'organo di indirizzo politico - amministrativo non si è quindi appiattito sulla posizione già espressa dalla giunta ... ma nelle fasi successive dell'iter ha effettuato le proprie autonome valutazioni, nell'espressione di un potere connotato da ampia discrezionalità amministrativa». Il Tar ha poi chiarito che il calcolo del contributo straordinario è stato effettuato correttamente, che le opere pubbliche previste sono state ritenute di interesse generale e non solo privato, che nel caso di specie non si può parlare di parco commerciale, e che la documentazione tecnica richiesta per il permesso di costruire è stata prodotta in giudizio. La società ricorrente è stata condannata a rifondere le spese di lite sia a favore del Comune che di Euro Immobiliare. «Il Consiglio comunale del 30 settembre 2025 ha correttamente approvato il permesso di costruire convenzionato quale atto conclusivo dell'iter avviato con la sottoscrizione dell'accordo pubblico privato tra Al di e il Comune di Selvazzano avvenuta il 26 settembre 2022 - ha detto il sindaco Claudio Piron -. Quindi il permesso di costruire convenzionato ha recepito in toto, e non poteva essere altrimenti, i contenuti dell'accordo a suo tempo sottoscritto su indirizzo della giunta comunale nel giugno 2022. Il Tar ha passato in rassegna tutti i profili di presunta illegittimità degli atti impugnati, finendo con l'affermare che il Comune ha operato nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti, garantendo il perseguimento degli interessi pubblici». «In particolare - aggiunge l'assessore all'Urbanistica Gianluca Rizzardi - l'intervento non comporta consumo di suolo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in quanto l'area era già occupata da una costruzione edilizia». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Mattino di Padova

Concorrenza GDO

«Sul nuovo supermercato Aldi dal Comune solo atti legittimi»

Respinto dal Tar veneto il ricorso dalla società proprietaria del centro commerciale Shopping Ten di Tencarola

GIANNI BIASETTO


Selvazzano - Rubano

Stramazza sul marciapiede Soccorso sul posto, è grave

Un incontro sulla sicurezza con Arma e polizia locale

«Sul nuovo supermercato Aldi dal Comune solo atti legittimi»

"Libri sotto le stelle" Quattro serate tra storia e attualità

GIANNI BIASETTO Selvazzano Nessun atto illegittimo del Comune: il Tar veneto ha respinto il ricorso promosso dalla società proprietaria del centro commerciale Shopping Ten di via Padova, a Tencarola, che accusava l'Amministrazione comunale di aver posto in essere tra il 2022 e il 2025 degli atti burocratici illegittimi. Varianti urbanistiche e accordo pubblico-privato finalizzati alla realizzazione di una media struttura di vendita (un supermercato della catena Aldi di 1.500 mq) su un'area precedentemente a destinazione residenziale. La società ricorrente è stata anche condannata a rifondere le spese di lite (2500 euro più rimborso spese forfettarie) sia a favore del Comune che di Euro Immobiliare.

La variante urbanistica era stata adottata con i poteri del Consiglio comunale dal commissario straordinario Samuele De Lucia durante il periodo di commissariamento del Comune iniziato con la caduta dell'Amministrazione del sindaco Giovanna Rossi e terminato con le elezioni amministrative del giugno del 2024 e la nomina del sindaco Claudio Piron. La sentenza del Tar, pubblicata il 3 luglio, ha chiarito che il commissario straordinario era competente ad adottare la variante e l'accordo pubblico-privato. Motivo del contendere, secondo il ricorrente, il calcolo del contributo straordinario dell'accordo pubblico-privato (75 mila euro a favore del Comune destinati a opere pubbliche più la realizzazione di un tratto di marciapiede lungo via Forno) non era corretto perché molto inferiore a quanto pagato all'epoca per la realizzazione del Ten. La sentenza, invece, stabilisce che il calcolo è stato effettuato in modo corretto confrontando i valori omogenei delle aree e che le opere pubbliche previste sono di interesse generale e non solo privato. «Sull'insediamento del punto vendita Aldi a Tencarola», afferma il sindaco Piron, «il Consiglio comunale del 30 settembre 2025 ha correttamente approvato il permesso a costruire convenzionato quale atto conclusivo dell'iter avviato con la sottoscrizione dell'accordo pubblico-privato tra Aldi e Comune, avvenuta il 26 settembre 2022. Il permesso a costruire convenzionato ha recepito in toto, e non poteva essere altrimenti, i contenuti dell'accordo a suo tempo sottoscritto dalla Giunta comunale (giugno 2022) e inserito nella variante al piano degli interventi approvata dal commissario». «L'intervento in via Forno non comporta consumo di suolo» aggiunge l'assessore all'urbanistica Gianluca Rizzardi, «in quanto l'area era già occupata da un immobile». © RIPRODUZIONE RISERVATA

La società del centro Shopping Ten ha presentato il ricorso al Tar.

Corriere di Rieti

Concorrenza GDO

"La giunta estende la grande distribuzione alla zona annonaria"


Rieti

Sinibaldi in leggera crescita rispetto al 2022

"Farmacie Asm, nessun errore"

"La giunta estende la grande distribuzione alla zona annonaria"

KDopo il caso farmacie Asm, ora tocca al piano regolatore. Il consigliere comunale Antonio Emili torna ad attaccare la giunta Sinibaldi. "Con la variante delle norme del Piano regolatore relative alle aree comprese tra via Tancia e il lungo fiume Velino la giunta Sinibaldi spalanca anche le porte della zona annonaria alla diffusione dei centri commerciali. Un atto peraltro segnato dalla mancanza della valutazione ambientale strategica e del parere dell'Autorità di bacino che la giunta avrebbe dovuto raccogliere prima di mettere mano alla trasformazione di un sito soggetto al maggior grado del rischio esondazione.

Una scelta niente affatto giustificata dai cambiamenti introdotti con il recupero dell'ex mattatoio, la realizzazione in loco del secondo teatro cittadino, la riqualificazione del quartiere di Città Giardino e le altre opere finanziate dalla giunta Cicchetti. La variante approvata con riguardo alla zona annonaria, infatti, nel favorire l'apertura di altre medie e grandi strutture di vendita alimenta la diffusione della grande distribuzione che assieme al commercio on line negli ultimi dieci anni ha travolto il 32% dei negozi di vicinato e 263 imprese attive nel settore del piccolo commercio. Sul punto proposi un'interrogazione e la convocazione di una commissione al fine di mettere in campo un piano a sostegno del commercio al dettaglio. Entrambe le iniziative sono rimaste senza riscontro, per mano di una giunta che ora estende alla zona annonaria l'avanzata della grande distribuzione, dopo aver bersagliato i pochi esercenti il commercio di vicinato con l'aumento della Tari, il ritardo dei lavori, l'assenza di agevolazioni a favore delle Aziende penalizzate dai cantieri e il caos del traffico.

Pertanto resta ferma la necessità di varare un piano a supporto delle aziende attive nel commercio al dettaglio, attraverso la riduzione dei tributi, della tassa di occupazione di suolo pubblico e gli incentivi al decremento dei canoni di locazione commerciale" conclude Emili.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere delle Alpi

Concorrenza GDO

Park al supermercato «Multe in ritardo con penali aggiuntive»

Federconsumatori: «Il sistema così non funziona»

PAOLA DALL'ANESE


Park al supermercato «Multe in ritardo con penali aggiuntive»

paola dall'anese Il caso Le notifiche della sanzione arrivano troppo tardi o non arrivano per nulla. E a distanza di mesi, gli utenti si ritrovano con una lettera di ingiunzione al pagamento di una multa che dai previsti 30 euro è salita fino a 95.

Al centro del problema i parcheggi privati dei centri commerciali e dei supermercati di Belluno. Qui da qualche tempo sono stati introdotti dei sistemi leggitarga che segnalano le auto che si fermano in sosta più dei 90 minuti o dei 120 previsti per poi far recapitare a chi sgarra una sanzione di 30 euro da pagare. Sanzione che, se non evasa nei termini previsti, cioè entro 30 giorni, inizia a lievitare con le varie penali per arrivare, come è accaduto a una signora di Belluno, all'ingiunzione di pagamento di 95 euro per la sosta all'Eurospar di viale Europa.

«Una somma che alla fine non abbiamo pagato», evidenzia Alberto Feltrin, referente provinciale di Federconsumatori Belluno. «La signora, infatti, non aveva ricevuto la lettera iniziale in cui si comunicava che era rimasta in sosta più del dovuto e che doveva pagare la sanzione. Dopo diversi mesi si è vista recapitare l'ingiunzione di pagamento di una somma tre volte superiore da una società di recupero crediti. Come Federconsumatori abbiamo inoltrato il ricorso, evidenziando che non erano mai arrivate le lettere di sollecito e che quindi l'utente avrebbe pagato solo la sanzione di 30 euro. Alla fine così è stato», racconta Feltrin. «Questo sistema di parcheggio controllato ha diversi punti deboli. Prima di tutto, le lettere con la sanzione arrivano tardi, alle volte anche dopo 2-3 mesi dal fatto; la ditta a cui il supermercato si è affidato, inoltre, non è facilmente raggiungibile e affida alla posta normale la lettera contenente la sanzione e gli avvisi successivi. Una cosa che impedisce di capire quando è stata spedita la lettera e che in molti casi non dà garanzia che arrivino le comunicazioni».

Anche un'altra bellunese che si è rivolta a Federconsumatori si è trovata la lettera di sanzione, «ma quando è entrata nella piattaforma per pagare i 30 euro, ha notato con rammarico che la sanzione era già lievitata a causa delle penali. A questo punto», prosegue ancora il referente di Federconsumatori Belluno, «fa fede l'articolo 10 del regolamento della ditta che gestisce il leggitarga dell'Eurospar: prevede che, se non vengono rispettati i termini per l'invio della comunicazione, la sanzione è da ritenersi nulla. Il problema è che affidandosi alla posta normale non si riesce a capire quando viene spedita la lettera. Abbiamo fatto presente la cosa al supermercato, che ci ha detto di essere a conoscenza del disguido, ma anche alla ditta che cura il sistema di parcheggio controllato. Speriamo che qualcosa possa cambiare, ormai i casi di questo genere stanno aumentando».

Il supermercato ha rinviato il tutto alla sede di Padova che ieri sera ha risposto. «L'azienda è a

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

conoscenza del problema è monitorerà l'evoluzione dei fatti, contribuendo all'individuazione di una soluzione del disguido nel più breve tempo possibile» Nel frattempo cominciano ad aumentare anche le criticità con Tim, come evidenzia Feltrin. «Ci sono difficoltà per chi vuole chiudere un contratto di telefonia fissa anche in seguito al decesso del titolare. La società, infatti, continua a inviare, anche dopo diversi mesi dalla richiesta di chiusura del contratto, le bollette e questo non è corretto. Una situazione che non può essere ammessa».

Il parcheggio dell'Eurospar di viale Europa con il leggitarga.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere di Siena

Concorrenza GDO

In breve Il servizio

Prenotazione di libri con Etruria Retail


ECONOMIA

Poste italiane installa 21 colonnine di ricarica nel Senese

La Toscana che Produce

Brunello ambasciatore italiano

Il vino di Montalcino ha rappresentato l'Italia sulla nave Amerigo Vespucci a New York per la presentazione di Vinitaly Usa

Il servizio

Prenotazione di libri con Etruria Retail

Prima puntata del vodcast Alle 20:45 ospite Macrì

La Cia investe più risorse per formazione e lavoro stabile

Domani l'inaugurazione dell'area Montepulciano Est

I_ SIENA - Etruria Retail rinnova il servizio di prenotazione dei libri di testo nei supermercati Famila, Famila Market e Super A&O della propria rete. Il servizio consente di ordinare online o direttamente in negozio i testi per le scuole di primo e secondo grado, ritirandoli nel punto vendita aderente scelto. I clienti titolari della carta Sempre con Te potranno beneficiare di uno sconto immediato del 15% sul valore dei testi scolastici. Per ogni euro speso verranno accreditati 3 punti omaggio sulla carta club.

Per prenotare i libri si può procedere nel punto vendita oppure online, tramite il sito www.etrurialibridiscuola.it, accessibile da computer, smartphone e tablet.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Parma

Concorrenza GDO

Congiuntura Elaborazioni della Camera di commercio dell'Emilia

Commercio al dettaglio Le vendite tornano a salire

Inizio 2026 con un +1,8% rispetto allo stesso periodo del 2025


La congiuntura del commercio

Il presidente di Ulr e Cepim
Serpagli: «Un sistema sempre più integrato del trasporto merci per favorire lo sviluppo»

Congiuntura Elaborazioni della Camera di commercio dell'Emilia
Commercio al dettaglio
Le vendite tornano a salire
Inizio 2026 con un +1,8% rispetto allo stesso periodo del 2025

Il confronto Dopo un 2025 negativo con un calo dell'1,1%, nei primi mesi del 2026, torna a salire il commercio al dettaglio nel Parmense.

)) Dopo aver chiuso il 2025 con un segno negativo dell'1,1%, nei primi tre mesi di quest'anno sono tornate a crescere le vendite del commercio al dettaglio in provincia di Parma, segnando un incremento dell'1,8% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

Questo recupero ha interessato il 32,5% delle aziende, a fronte di un 43,5% d'imprese che non ha registrato variazioni e di un 23,9% che ha invece subito una contrazione delle vendite. Il dato provinciale si posiziona comunque ben al di sopra di quello regionale, che evidenzia una flessione dello 0,2%.

Dalle elaborazioni dell'Ufficio Studi e statistica della Camera di commercio dell'Emilia emerge che tra i comparti del dettaglio parmense sono stati l'alimentare e la grande distribuzione organizzata, comprensiva d'ipermercati, supermercati e grandi magazzini, a trainare la ripresa, rispettivamente con un +6,1% e un +2,9%.

Di segno opposto, invece, le vendite nel settore dell'abbigliamento e degli accessori, che flettono dell'1,7%.

Analizzando l'andamento del primo trimestre del 2026 in base alle dimensioni aziendali, la classe da 1 a 5 dipendenti ha subito una contrazione dello 0,4%, mentre le imprese da 6 a 19 addetti hanno registrato un aumento del 3,9% e quelle da 20 dipendenti in su si sono attestate a un +3,2%.

Per quanto riguarda il trimestre in corso, le previsioni vedono prevalere un orientamento alla stabilità (63% delle imprese), mentre il 22% delle aziende confida su un aumento e il 15%, invece, prevede una diminuzione delle vendite.

Resta elevata la percentuale d'imprese che non prevede evoluzioni della propria attività anche nei prossimi 12 mesi, pari al 61% del campione, mentre il 33% prefigura uno scenario di sviluppo. Anche per questo motivo, la netta maggioranza delle imprese parmensi (76%) prevede di mantenere invariati gli investimenti, così come le assunzioni (82%), le spese in ricerca e sviluppo (86%), internazionalizzazione (90%) e innovazione (77%). In questo scenario si inseriscono alcuni specifici fattori di criticità derivanti dalle tensioni internazionali. Per il commercio parmense queste si traducono in due sfide principali, rappresentate dall'aumento dei costi delle materie prime, segnalato dal 72% delle aziende, e dai rincari energetici, indicati dal 69% degli intervistati. Non a caso gli imprenditori del commercio parmensi chiedono che il supporto da parte delle istituzioni si concentri principalmente sulla concessione d'incentivi fiscali (64%) e sulla riduzione dei costi energetici (62%). r. eco. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

Cioccolato caldo

Oggi è la giornata mondiale dedicata a uno degli alimenti più amati Il mercato italiano cresce, ma la filiera paga l'inflazione e le alte temperature

FABRIZIO GORIA


CRONACHE

Cioccolato caldo

Oggi è la giornata mondiale dedicata a uno degli alimenti più amati Il mercato italiano cresce, ma la filiera paga l'inflazione e le alte temperature

Guido Gobino

"La qualità resiste alla crisi E adesso investiamo su Alba"

A ttenzione: questa pagina si autoscioglierà tra trenta secondi. Oggi è la giornata mondiale del cioccolato e con tutta evidenza chi ha deciso la data non aveva mai fatto i conti con questo caldo. Si festeggia il 7 luglio perché in questo giorno nel 1847 fu inventata la prima tavoletta. Non a Torino, non in Italia, ma in Inghilterra, dal cioccolatiere Joseph Fry. La cioccolata ha una storia ben più lunga: era conosciuta dai Maya più di 2500 anni fa (la bevevano miscelando semi di cacao e acqua calda, definendola cibo degli dei). In Europa arrivò nel 1503, con Cristoforo Colombo, prima di diffondersi in Spagna, Italia, Francia e Inghilterra. Il cioccolato oggi vive appeso tra mito e fragilità, in un paradosso che coinvolge l'intera filiera: valore in crescita, futuro incerto. Il mercato sale, tanto a livello globale che nel nostro Paese. Siamo il quinto esportatore europeo per alimenti a base di cioccolato. L'Italia nel 2024, ultimo dato disponibile per Unione Italiana Food, ha toccato +17,2% in esportazioni. L'industria italiana del cioccolato genera 6,6 miliardi di euro. Torino, in questo contesto, è la capitale italiana del cioccolato (il Gianduiotto fu inventato nel 1865), e il Piemonte è il motore trainante del settore: delle 755 imprese del cioccolato italiane censite nel 2025, ben 106 sono piemontesi (il 14% e a Torino ben 52, il 7%). I marchi dai più artigianali ai brand globali li conoscete bene (chi è senza peccato scagli il primo cioccolatino). Eppure la filiera porta con sé rischi sempre crescenti. Analizziamoli uno a uno, e partiamo da un problema noto: l'inflazione. Il costo delle materie prime cresce e spesso i colossi per non alzare troppo il prezzo finale decidono di ridurre la percentuale di cacao presente. Fate caso alle confezioni di alcuni snack al supermercato: alcune recitano al gusto di cioccolato. È un trucco di marketing, perché la definizione di cioccolato prevede una percentuale minima del 35% di cacao. Secondo un'inchiesta dell'organizzazione inglese Cacao Latitudes, lo zucchero sta rimpiazzando il cacao in moltissimi prodotti, tanto che l'acquisto di cacao da parte delle aziende europee è calato del 3% l'anno scorso. Il secondo problema è strettamente legato al primo: il cacao costa di più perché è sempre più difficile coltivarlo. La pianta è estremamente sensibile alle temperature e all'umidità e ha bisogno di vivere all'ombra di piante e alberi più grandi. Deforestazione e cambiamento climatico stanno influendo negativamente sulla produzione della materia prima. Quest'anno poi, il ritorno del fenomeno ciclico naturale de El Niño agirà da ulteriore destabilizzatore. Il 90 % del cacao viene da appena nove nazioni, quasi tutta in Africa occidentale. Così il prezzo oscilla in maniera frenetica, agitato anche da speculazioni finanziare, e a farne le conseguenze sono gli agricoltori, ultimo anello debolissimo della catena. Mentre un agricoltore spesso guadagna meno di due dollari al giorno, il mercato del cacao è di nuovo in fiamme. Dopo aver toccato il record storico di 13.000 dollari

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

la tonnellata nel 2024 e un marcato crollo a 3.000 dollari nell'aprile del 2026, i contratti sono rimbalzati oltre quota 5.000 nelle ultime settimane. Le certificazioni volontarie del commercio equo e sostenibile assegnano premi maggiori ai coltivatori: in Italia, nel 2025, i prodotti Fairtrade hanno generato due milioni di euro di sostegni. Ma c'è chi chiede ancora di più: Friedel Hütz-Adams, esperto del tema per il Südwind Institute, ha ribadito la necessità di riforme sistemiche per schermare i nuclei familiari dalle fluttuazioni delle Borse occidentali, imponendo un costo fisso della materia prima intorno ai 4.000 dollari alla tonnellata. C'è tutto questo, e molto di più in una tavoletta di cioccolato. Non fatela sciogliere. © RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa

Economia, consumi e società

Guido Gobino

Guido Gobino - "La qualità resiste alla crisi E adesso investiamo su Alba"

Il maestro piemontese: "Guerre e costi elevati non ci fermano: puntiamo sull'estero"

LARA LORETI


Cioccolato caldo

Guido Gobino

"La qualità resiste alla crisi
E adesso investiamo su Alba"

lara loreti torino Guido Gobino ha 68 anni e da oltre mezzo secolo fa il cioccolatiere. «Ho celebrato le nozze d'oro», dice.

Nei decenni la sua regola non è cambiata: «La qualità viene prima di tutto, indipendentemente dai costi di produzione e dal prezzo delle materie prime». È con questa filosofia che continua a investire: tra settembre e ottobre aprirà una nuova bottega ad Alba e lancerà una torta in cui il Tourinot (il piccolo gianduiotto da lui ideato) sposa la nocciola delle Langhe.

Il momento storico è complesso tra crisi internazionale e cambiamenti climatici.

Come si difende un artigiano del cioccolato?

«Dal Covid in poi ogni anno abbiamo affrontato una crisi diversa. Prima l'esplosione dei costi del cacao, della nocciola e del burro di cacao, oggi pesano soprattutto i trasporti, perché importiamo materie prime da Centro America, Indonesia, Filippine e altri Paesi. Lo scenario internazionale resta instabile e questo rende più prudenti anche importatori e distributori. Da gennaio a maggio di quest'anno il nostro fatturato è sceso del 5%, dopo anni in cui era cresciuto stabilmente tra il 5 e il 7% annuo. Ma il Made in Italy continua a essere molto apprezzato e noi abbiamo la fortuna di realizzare prodotti esclusivi, che appartengono al Piemonte. Per noi l'export vale circa il 30% del fatturato e bisogna continuare a investire in nuovi mercati».

In quale Paese la cultura del cioccolato è più radicata?

«Il Giappone, dove siamo presenti dal 2005, continua a darci grandi soddisfazioni perché ha una cultura gastronomica raffinata, molto vicina alla nostra idea di qualità.

Poi i Paesi arabi apprezzano il nostro cioccolato, anche se le tensioni internazionali in alcuni casi per esempio in Kuwait rallentano gli ordini. Intanto stiamo già lavorando al Natale e alla Pasqua del 2027: il nostro mestiere richiede di guardare sempre avanti».

Quali sono i prodotti più venduti?

«I nostri cavalli di battaglia restano Tourinot e Cremini, i grandi classici molto amati all'estero. In Italia e anche in Svizzera, invece, il consumatore è sempre più orientato verso il cioccolato fondente di alta qualità e i grandi cru di cacao. È una ricerca che dura da anni e coinvolge soprattutto i palati più esperti. Il cacao, però, è un prodotto della natura: ogni raccolto è diverso e ci sono annate straordinarie

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e altre più difficili, soprattutto per alcune origini come il Venezuela. E sta andando bene anche il gelato».

Tra poco aprirà una nuova bottega ad Alba. Cosa rappresenta questo progetto? «Continuare a investire è il modo giusto di affrontare i momenti difficili. La nuova bottega aprirà in via Maestra e con quella arriveremo a sei punti vendita: tre a Torino, due a Milano e uno ad Alba. È una città internazionale, dove da settembre a dicembre arrivano persone da tutto il mondo per il tartufo, il Barolo e le altre eccellenze: il pubblico ideale anche per noi». Cosa c'è nel futuro di Gobino? «La ricerca. Da quattro anni in azienda lavora mio figlio Pietro, che ha portato novità importanti in innovazione e digitalizzazione. Con noi operano giovani tecnologi alimentari e continuiamo a sviluppare nuovi prodotti. Una ricetta esce solo quando siamo convinti che sia davvero buona. La qualità viene prima dei costi. Dietro un cioccolatino ci sono ricerca, selezione delle materie prime e tanto lavoro. Per esempio, per il gelato usiamo lo stesso cioccolato impiegato nei prodotti di punta. Molti gelati industriali puntano su basi più economiche. Noi preferiamo spendere qualcosa in più per mantenere altissima la qualità». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Economia, consumi e società

I prodotti alimentari con il vento in poppa +17,2%

Export Treviso, va bene il prosecco Soffrono invece gli elettrodomestici

FRANCO SOPRANI


Voli non stop Venezia-Pechino

I PRODOTTI ALIMENTARI CON IL VENTO IN POPPA (+17,2%)

Export Treviso, va bene il prosecco Soffrono invece gli elettrodomestici

L'export trevigiano segna il passo.

Scendono le vendite di elettrodomestici, tiene invece il cibo e in particolare il Prosecco.

Sono questi i dati del report preparato dall'ufficio statistica della Camera di commercio Treviso e Belluno relativo all'interscambio provinciale nei primi tre mesi dell'anno, e pubblicati da La Tribuna di Treviso. Eccoli: la Marca trevigiana ha esportato per un valore di oltre 3,7 miliardi, con una diminuzione del 2,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Significa una perdita di 84,2 milioni di euro: il valore, cioè, delle mancate vendite rispetto allo stesso periodo del '25.

La mazzata più forte arriva dagli elettrodomestici, -10,3% (valore perso 36 milioni), male anche l'export di mobili (-5%), lieve flessione per i macchinari 1,8 e un po' più accentuata nelle calzature con -2,8. In questo settore, però, gli articoli sportivi guadagnano invece un +3,3. Le vendite di elettrodomestici sono scese sia nell'Unione europea che extra Ue.

L'export di bevande si trova a +0,5%, diremmo quasi invariato rispetto all'anno scorso, mentre crescono i prodotti alimentari del 17,2%. Recuperano tessile e abbigliamento con +2,2, un ottimo risultato rispetto al -9,7 registrato nello stesso periodo dell'anno scorso. Male l'occhialeria, -7%. Secondo Federico Callegari, responsabile delle statistiche camerali sull'occhialeria che ne parla col Corriere del Veneto, «i bilanci dei grandi nomi non sono in rosso, ma i terzisti sono in sofferenza. È abbastanza evidente che le cifre comprovano una riorganizzazione della filiera». Quanto agli elettrodomestici, Callegari azzarda un'ipotesi: «Plausibile che un calo così importante sia associato ad Electrolux.

Nel Coneglianese abbiamo fortunatamente anche un ampio comparto professionale, che non pare in crisi».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

LOGISTICA

Sibeg Coca-Cola investe 51 milioni a Catania per il magazzino intelligente

Nino Amadore


Imprese & Territori

Sibeg Coca-Cola investe 51 milioni a Catania per il magazzino intelligente

L'appuntamento è per oggi nella sede Sibeg Coca-Cola della zona industriale di Catania: la cerimonia "From Ground to Growth" accompagnerà la posa della prima pietra fuori terra del nuovo magazzino verticale automatizzato: un investimento da 51 milioni che mette insieme logistica, produzione, energia e occupazione. Una infrastruttura pensata per ridisegnare il rapporto tra le linee produttive, lo stoccaggio e la distribuzione. Il polo, che entrerà pienamente in funzione nel novembre 2027, avrà una capacità di circa 43mila posti pallet e sarà collegato allo stabilimento esistente attraverso un tunnel sopraelevato. È qui che la logistica entra nel cuore della fabbrica, diventando una leva per aumentare capacità di programmazione, efficienza e risposta alla domanda. Due le strutture previste: un corpo operativo su due livelli, con una superficie superiore a 9.200 metri quadrati e un'altezza di circa 20 metri, dedicato alla movimentazione e alla gestione delle merci; la Pick Tower, una struttura verticale di oltre 7.300 metri quadrati e alta 28 metri, che sarà il cuore del sistema automatizzato di stoccaggio e prelievo. A rendere l'intervento particolarmente innovativo è la doppia automazione dei flussi, gestita da sistemi di controllo intelligenti basati anche sull'intelligenza artificiale. Secondo l'azienda, il nuovo impianto sarà tra i pochi in Italia in grado di movimentare automaticamente tanto le materie prime in ingresso alle linee quanto il prodotto finito diretto verso il magazzino e le bocche di carico. «Con questo progetto Sibeg Coca-Cola compie un ulteriore salto di qualità sul piano industriale e organizzativo - sottolinea il general manager Luca Busi -. Investire in automazione avanzata significa aumentare competitività e capacità di programmazione, ma significa anche consolidare a Catania un'infrastruttura produttiva moderna, smart, sostenibile e pronta ad affrontare le sfide dei prossimi anni. È una scelta che guarda al futuro dell'azienda e, allo stesso tempo, conferma la nostra fiducia nel territorio e nella sua capacità di accompagnare processi di crescita e innovazione». Il piano comprende nuove aree logistiche, viabilità interna, spazi attrezzati per lo stoccaggio esterno, opere di riqualificazione e ampliamento degli uffici esistenti. Sul fronte energetico sono previsti impianti fotovoltaici da 2,1 MWp e sistemi di battery storage per 2 MWh, con l'obiettivo di ridurre l'impatto energetico e migliorare l'autonomia dello stabilimento. Previste 24 nuove assunzioni, che si aggiungeranno ai 449 dipendenti in organico. I lavori dovrebbero concludersi a luglio 2027. «Questo investimento rappresenta una scelta industriale chiara e concreta: continuiamo a rafforzare Sibeg Coca-Cola come presidio produttivo avanzato del Mezzogiorno - conclude Busi -. Oggi Sibeg è molto più di un'azienda: è un modello. Con grinta, passione e visione, puntiamo a essere la "Gazzella" del sistema Coca-Cola in Italia: agili nell'esecuzione dei piani, best in class in execution, vicini ai clienti e protagonisti della crescita di mercato. Un'azienda che ha cucito un

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

vestito su misura per la Sicilia in termini di offerta e di prodotto, trasformando ogni sfida in opportunità, assumendo il ruolo di Innovation Hub, Pilot e area-test per la Business Unit, in grado di parlare ogni giorno a cinque milioni di consumatori e a sette milioni di turisti». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

Dalle Alpi alle Madonie

La nostra ricca cucina povera ci salverà ancora una volta

Con i prezzi dei generi alimentari saliti ormai alle stelle, l'inflazione che corre e la crisi economica che incombe, non ci resta che riscoprire l'arte dell'arrangiarsi con gusto

MARINO NIOLA


Repubblica

Dalle Alpi alle Madonie è una lotta tra fame atavica e colpi di genio indigenza ed eccellenza Pochissimi ingredienti moltissima fantasia

La nostra ricca *cucina* povera ci salverà ancora una volta

Con i prezzi dei generi alimentari saliti ormai alle stelle l'inflazione che corre e la crisi economica che incombe non ci resta che riscoprire l'arte dell'arrangiarsi con gusto

La cucina italiana oscilla da sempre tra miseria e nobiltà. Dalle Alpi alle Madonie, la storia della nostra gastronomia è tutta una lotta tra una fame atavica e una straordinaria arte della sopravvivenza, capace di rovesciare l'indigenza in eccellenza. I capolavori della nostra tavola nascono quasi sempre come espedienti per mettere qualcosa nel piatto. Pochissimi ingredienti, moltissima fantasia. Risultato, un patrimonio prezioso in momenti di crisi e di emergenza come quelli cui i nostri nonni erano abituati. E ai quali adesso dobbiamo ricominciare ad abituarci anche noi figli del benessere. Perché l'epicureismo parsimonioso dei nostri antenati, avvezzi a fare le nozze con i fichi secchi, torna quanto mai utile in un momento come questo. In cui, vuoi per le guerre, vuoi per lo Stretto di Hormuz, vuoi per il cambiamento climatico, negli ultimi cinque anni i prezzi dei generi alimentari sono cresciuti complessivamente del 25 per cento. E l'inflazione annua continua a galoppare. Allora bisogna aggrapparsi ai buoni piatti tradizionali, in grado di assicurare il massimo di satisfaction con il minimo di spesa. Anche perché nessuna cucina è varia e sostenibile come quella italiana. Non a caso il 10 dicembre del 2025 l'Unesco, l'organizzazione delle Nazioni Unite che si occupa di scienza, cultura e educazione, l'ha proclamata patrimonio dell'umanità. Il nome esatto, va ricordato, è "La cucina italiana tra sostenibilità e biodiversità culturale". E va ricordato anche che siamo i primi in assoluto a ricevere questo riconoscimento. Di fatto, la nostra cucina è più facile da riconoscere che da conoscere. Nel senso che gli stranieri colgono al primo colpo il genio italico della pizza, degli spaghetti, della lasagna, della parmigiana, anche senza sapere nulla dell'Italia. Riescono a vedere meglio di noi ciò che ci rende simili, perché ci guardano dall'esterno, a volo d'uccello e scorgono il paesaggio complessivo. Il minimo comune denominatore d'italianità. Mentre noi, che ci guardiamo dall'interno, notiamo più i particolari che l'insieme e ci colpisce soprattutto quel che ci distingue. Tanto che possiamo parlare per ore della diversità dei ripieni di tortellini, cappelletti e ravioli, sottostimando ciò che li accomuna. In realtà a volerla definire in due parole, la cucina italiana è proprio un mosaico di differenze, di specialità territoriali, regionali, cittadine, paesane, famigliari, tenute insieme da un equilibrio instabile tra alto e basso, tra signori e popolani, tra ricchezza e povertà. E la varietà dei colori e forme delle tessere di questo mosaico è tale da perdersi nell'intrico dei particolari. C'è addirittura chi sostiene che la nostra non sia una cucina nazionale ma un insieme di regionalismi alimentari. Il che è assolutamente falso, perché in realtà sul piano gastronomico a non esistere sono proprio le regioni. Che in effetti sono assemblaggi artificiali e artificiosi di realtà locali che funzionano unicamente sul piano politico amministrativo, ma non vivono

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

nella mente e nel cuore delle persone. A ben vedere, l'identità alimentare del Belpaese è una sorta di federalismo gastronomico, una unità plurale di tradizioni locali che funzionano perfettamente insieme, come le maschere della Commedia dell'arte, che resta il grande laboratorio dell'identità nazionale. E dove, per dirla con i commedianti seicenteschi, si combinavano "lazzi napoletani e soggetti lombardi", metafore che riepilogavano tipi umani e latitudini culturali del paese. Il nord e il sud, l'oriente e l'occidente, la città e la campagna, la terra e il mare. A tavola e non solo. In effetti, Aosta e Palermo sono due mondi gastronomici e due universi antropologici. Diverse come la fonduta e la pasta con le sarde. Così pure tra Udine e Firenze c'è la stessa distanza che c'è fra la robusta acidità della brovada e la schiettezza dolce della ribollita. E la differenza non è solo fra Nord e Sud. Torino in cucina è lontana da Trieste almeno quanto è lontana da Napoli o da Bari. Tra un brasato al barolo, una jota triestina, un ragù o una genovese vesuviani e le orecchiette con le cime di rape ci sono di mezzo la cultura dei cereali della Magna Grecia e dei Romani, quella della carne diffusa dai Longobardi. E poi, l'influenza francese, il lascito austroungarico, l'eredità spagnola, il retaggio arabo-normanno, con in più quel riverbero bizantino che illumina l'Adriatico. «Tutto il male dell'Italia proviene dall'anarchia, ma anche tutto il bene» scriveva Giuseppe Prezzolini, autore dell'ingiustamente dimenticato Spaghetti dinner, pubblicato in italiano nel 1958 col titolo di Maccheroni. Il libro, che non a caso aveva in copertina l'immagine di Pulcinella che mangia gli spaghetti con le mani, faceva implodere lo stereotipo omologante del popolo mangiamaccheroni rivelando in pieno quel nodo inestricabile di attitudini e abitudini, vocazioni e disposizioni, tendenze e competenze, consonanze e diffidenze che giace nelle profondità dell'identità nazionale. Da quel nodo discende il Made in Italy, alimentare e non solo. Che prima di essere un'economia è un'antropologia. Un modo di essere e di sentire caratterizzato dalla compresenza di tradizione e innovazione, municipalismo e globalismo, familismo e competitività, sapienza e creatività. Che tiene insieme le sontuose gastronomie di palazzo e le talentuose cucine popolari, i maestri delle corti e le maestre dei cortili. Anonime regine di focolari, aie e barchesse, dove per secoli si è esercitata l'anonima genialità delle mamme e delle nonne, costrette a fare tanto con poco, trasformando la scarsità in bontà. Se una cosa è certa è che la cucina italiana è donna. E dietro ogni chef c'è una madre che cucinava meglio di lui. In realtà la gastronomia racconta quel che cambia e quel che resta del nostro Paese meglio di qualsiasi libro di storia. Perché della storia restituisce la trama vivente, quella che rivela come eravamo, come siamo e come vorremmo essere. Come l'ago di una bussola sospeso a un nord oscillante e sempre diversamente inclinato. Per questo si avrebbe torto a considerare tutto questo una faccenda da soli gourmet. Perché in Italia il cibo non è solo alimentazione ma è un pensiero dominante, una forma di vita, una grammatica degli affetti, un lessico famigliare, un'idea di comunità, un veicolo della memoria, un principio di convivialità che ha fatto della cucina italiana lo specchio di un genius loci che si riflette allo stesso modo nei capolavori dell'arte come nelle cattedrali alimentari del Belpaese. Dove Raffaello fa rima con culatello, Tiziano con parmigiano, Lorenzetti con

spaghetti e Giotto con risotto. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

GdoWeek

Economia, consumi e società

Stazioni, la nuova frontiera delle food court urbane


GdoWeek

Stazioni, la nuova frontiera delle food court urbane

07/06/2026 19:17 Roberto Pacifico

La ristorazione è il secondo motore del travel retail, con quasi un terzo dei punti di vendita e la metà del traffico di settore Ogni giorno, 4 milioni di persone attraversano una stazione ferroviaria in Italia (Fonte: RFI 2024). Non sono semplici passeggeri, ma, come li definisce Aigrim-Fipe, "consumatori in stato liminale": per amore di semplicità, diciamo che i passeggeri/viaggiatori sono consumatori potenziali (in parte effettivi, se pensiamo alla ristorazione ed altri servizi essenziali) e formano un pubblico variegato, spesso giovane, urbano e con alta propensione al consumo fuori casa . La sfida strategica per il settore del travel retail, una filiera che in Italia genera ricavi diretti per oltre 3,1 miliardi di euro (Fonte: Atri-Nomisma), è trasformare il tempo di attesa (dwell time) in valore e in un'esperienza di qualità: facendo evolvere le stazioni ferroviarie da semplici infrastrutture di transito a destinazioni urbane come supermercati o librerie, dove la qualità dell'offerta enogastronomica assume un ruolo centrale e strategico. La Centrale di Milano è un caso da manuale. È questa la tesi di fondo emersa durante l'evento Travel Retail: il futuro delle stazioni , promosso nei giorni scorsi da Aigrim-Fipe , l'associazione che rappresenta le principali insegne della ristorazione organizzata. Il rovescio della medaglia è che una stazione ferroviaria, soprattutto una grande stazione come Milano o Napoli Centrale, è un luogo dove è molto più difficile garantire la sicurezza rispetto ad altri aggregati commerciali come gli shopping centre o i centri urbani, soprattutto nelle ore serali o notturne. Comunque è vero che la ristorazione assume un ruolo da protagonista nelle nuove stazioni: il Food&Beverage rappresenta già oggi il secondo motore del travel retail , concentrando quasi un terzo dei punti di vendita e la metà del traffico di settore (Fonte: ATRI-Nomisma 2026; elaborazione su flussi passeggeri RFI). Con un turismo che nel 2025 ha toccato il record assoluto di presenze e le stazioni dell'Alta Velocità che rappresentano la porta d'ingresso principale per i visitatori stranieri, le opportunità sono immense. Si pensi solo a come anticipare le esigenze dei viaggiatori-clienti e fornire servizi specifici per i luoghi in cui si trovano, dai monitor con gli orari dei treni visibili direttamente nei locali a servizi di wi-fi efficienti a spazi di co-working e zone riservate per i viaggiatori premium, velocizzando e migliorando l'esperienza di acquisto, garantendo un'offerta differenziata che complessivamente risponde ai diversi target clienti delle stazioni. Questa visione trova conferma nei grandi progetti di riqualificazione presentati recentemente da Grandi Stazioni Retail per due nodi cruciali del network nazionale e internazionale, Milano Centrale e Napoli Centrale . Entrambi gli interventi, pur con le loro specificità, pongono un'enfasi particolare sulla revisione dei flussi e sulla creazione di nuovi spazi, con un'attenzione strategica all'offerta food. A Napoli, ad esempio, il progetto prevede la creazione di una nuova e imponente food

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

court con 20 concept ristorativi differenti. A Milano, la riorganizzazione degli spazi commerciali e dei percorsi mira a rendere più intuitiva e piacevole la fruizione dei servizi, concentrando l'offerta dove il flusso dei passeggeri è maggiore, per intercettare ogni esigenza, dal "grab-and-go" al pasto consumato con più calma. "Le stazioni non sono più soltanto infrastrutture di transito, ma stanno diventando luoghi di vita, di incontro, di relazione, di consumo e di servizio -commenta Corrado Cagnola , vicepresidente di Aigrim-Fipe- Dentro questa trasformazione, la ristorazione ha assunto un ruolo centrale e strategico. La qualità dell'offerta food & beverage contribuisce, oggi, in modo determinante all'esperienza complessiva del viaggiatore. Non si tratta più semplicemente di servire cibo, ma di offrire qualità, velocità, accoglienza, innovazione e identità. In questo contesto partire dalle esigenze di chi transita è sempre l'approccio più corretto e le aziende Aigrim Fipe fanno di questo approccio il proprio pilatro fondante, mettendo a disposizione prodotti, marchi e modalità di consumo adatti a tutti i frequentatori delle stazioni". LASCIA UN COMMENTO Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Entrate tributarie di maggio

Pos e scontrini, inflazione e Hormuz fanno correre l'Iva



Continua a maggio la corsa delle entrate tributarie pari a oltre 22 miliardi di euro (+2,3%). A trainare gli incassi dei primi cinque mesi è soprattutto l'Iva con un aumento complessivo di oltre 2,5 miliardi di euro (+3,6%). L'incremento riguarda sia gli scambi interni, in aumento di 1,9 miliardi, sia l'Iva sulle importazioni, che registra una crescita di 612 milioni di euro (+8,0%) soprattutto legato ai prodotti energetici per la crisi di Hormuz. Sul fronte interno a sostenere la crescita dell'Iva ci sono sia la misura antievasione di collegamento tra scontrini e Pos, sia l'inflazione. Gli incrementi maggiori si hanno nel commercio (+6,5%) e nei servizi privati (+3,6%). © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Oltre 4 milioni di lavoratori coinvolti dai piani di welfare aziendale: +699% in 10 anni

La maggiore diffusione nel metalmeccanico e servizi (72%), e il commercio (50%)

Giorgio Pogliotti


Oltre 4 milioni di lavoratori coinvolti dai piani di welfare aziendale: +699% in 10 anni

In dieci anni è cresciuta enormemente la diffusione dei piani di welfare aziendali (+839%) che oggi interessano oltre 4 milioni di dipendenti (+699%). Il credito medio è pari a 688 euro, mentre il valore complessivo dei piani di welfare gestiti nel 2025 supera i 3,2 miliardi di euro (senza considerare buoni pasto, previdenza complementare contrattuale e assistenza sanitaria integrativa contrattuale).

A dieci anni dalla legge di bilancio 2016, che ha declinato in chiave moderna la disciplina del welfare aziendale regolata dal Tuir (commi 2, 3 e 4 dell'articolo 51 del Testo unico delle imposte sui redditi) è Aiwa (Associazione italiana welfare aziendale, rappresenta 28 società, il 90% di questo mercato) a fare il punto sul livello di diffusione con un'indagine condotta tra gli associati.

Emerge una presenza in tutte le categorie: in cinque anni il valore è cresciuto per operai (+84%), impiegati (+63%), quadri (+28%), mentre è diminuito per i dirigenti (-24%). La media di 688 euro è condizionata dal valore del welfare obbligatorio contenuto nei Ccnl che vale circa 200 euro in media, con la novità che questa voce è esplicitamente considerata parte del Tec (Trattamento economico complessivo), in seguito alla conversione in legge del cosiddetto Decreto 1° maggio. Il valore dei piani welfare derivanti dalla conversione del Premio di risultato è ancora più alto, considerando che l'importo medio dei premi è 1.596 euro (oltre il 40% dei beneficiari lo convertono in welfare), per i piani "on top" derivanti da un accordo, contratto o regolamento aziendale distinto dal premio di risultato il valore medio è poco inferiore a mille euro.

I settori con la maggiore diffusione sono il metalmeccanico e servizi (indicati dal 72% delle aziende oggetto dell'indagine), seguiti dal commercio (50%) e dalla manifattura diversa dalla meccanica (40%). La novità è rappresentata dalla diffusione tra le piccole e le medie imprese, dove il welfare è cresciuto più che nelle grandi imprese (68%), ma è in forte crescita nell'ultimo triennio anche la presenza nelle micro e piccole imprese. Le ragioni principali della scelta sono da ricondurre ad una serie di fattori: l'aumento del potere di acquisto dei lavoratori, la riduzione del costo del lavoro per l'impresa, l'attrazione e la retention dei lavoratori, l'attezione alla salute e benessere dei lavoratori.

Quali sono i servizi più apprezzati dai lavoratori? Anzitutto i buoni acquisto/fringe benefit, poi i servizi per l'infanzia e per la scuola (per i figli dei dipendenti), seguono cultura, sport e tempo libero; assistenza sanitaria integrativa. Da notare che il credito welfare assegnato ai dipendenti viene utilizzato oltre il 75% del valore dall'80% dei lavoratori, soprattutto attraverso piattaforme internet o mobile. I piani di welfare sono più spesso disciplinati in regolamenti aziendali (44%) che

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dalla contrattazione collettiva (37%), sia nazionale (28%), che aziendale (8%), che territoriale (1%). Il 16% dei piani è "concessivo", ovvero non regolato da atti o contratti obbligatori. Senza trascurare, infine, che il 96% degli operatori di welfare ha registrato un incremento dei piani gestiti e del relativo fatturato negli ultimi tre anni. Per il presidente di Aiwa Emmanuele Massagli (Università Lumsa di Roma e membro esperto del Cnel) il welfare aziendale è «oramai diventato maturo e deve decidere cosa fare "da grande". La sfida è la riscoperta e l'aggiornamento dei beni e servizi a maggiore caratterizzazione sociale, aggiungendo a quanto già previsto dall'articolo 51 comma 2 del Tuir anche le misure per la cura degli animali domestici, la mobilità sostenibile, il rimborso delle spese per l'affitto degli studenti fuori sede per motivi di studio terziario, la cessione del credito welfare a colleghi con esigenze di cura e al terzo settore, le polizze vita caso-morte nel compimento degli atti della vita quotidiana». Come è noto per i fringe benefit la soglia di esenzione fiscale è di 1.000 euro per i lavoratori senza figli a carico (2mila con figli fiscalmente a carico), lo stesso regime fiscale è previsto nel 2027, mentre nel 2028 si tornerà a 258,23 euro in assenza di interventi. «È bene che la soglia economica di questi benefit sia stabilizzata per sempre sul valore di 1.000 euro», afferma Massagli, «per superare il "tira e molla" a cui si assiste periodicamente». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Economia, consumi e società

in vigore il dlgs che recepisce la direttiva ue

Trasparenza salariale a favore della parità di genere


Il più vicino ai fondi pensione

IN VIGORE IL DLGS CHE RECEPISCE LA DIRETTIVA UE

Trasparenza salariale a favore della parità di genere

Dal 7 giugno 2026 sono operative le nuove disposizioni in materia di trasparenza retributiva e parità salariale introdotte dal dlgs n. 96/2026, che ha recepito nell'ordinamento italiano la direttiva (Ue) 2023/970. L'intervento rafforza gli strumenti diretti a garantire la parità di retribuzione tra uomini e donne per uno stesso lavoro o per un lavoro di pari valore, introducendo nuovi obblighi informativi per i datori di lavoro, maggiori diritti di accesso alle informazioni da parte dei lavoratori e specifici adempimenti nei casi in cui emergano differenze retributive non giustificate.

Il decreto si inserisce, infatti, nel quadro della disciplina già contenuta all'interno del c.d. "Codice delle pari opportunità", provvedendo a coordinare le nuove disposizioni con le norme nazionali in materia di trasparenza delle condizioni di lavoro e di contrasto alle discriminazioni.

L'obiettivo è rendere verificabili i criteri utilizzati per la determinazione delle retribuzioni e delle progressioni economiche, favorendo un sistema nel quale eventuali differenze possano essere ricondotte nell'ambito di parametri oggettivi e documentabili. Tra le principali novità rientrano, altresì, gli obblighi di trasparenza nella fase di assunzione e durante il rapporto di lavoro. In sostanza, i lavoratori possono ottenere informazioni sui criteri impiegati per determinare il proprio trattamento economico e sui livelli retributivi applicati per mansioni uguali o di pari valore, mentre i datori di lavoro sono chiamati a predisporre sistemi idonei a garantire la tracciabilità delle decisioni retributive. Rimane centrale, tuttavia, il ruolo della contrattazione collettiva, che costituisce il principale parametro di riferimento per la classificazione del personale e per la definizione delle retribuzioni.

Il dlgs n. 96/2026 disciplina, inoltre, il monitoraggio del divario retributivo di genere. Qualora, infatti, dalle rilevazioni effettuate emerga una differenza retributiva pari, ovvero superiore al 5%, la quale non risulti giustificata da fattori oggettivi e neutri, il datore di lavoro è tenuto ad avviare una valutazione congiunta con i rappresentanti dei lavoratori, finalizzata all'individuazione delle cause dello scostamento, nonché all'individuazione delle eventuali misure correttive. Gli esiti della procedura dovranno essere adeguatamente documentati secondo le modalità previste dall'attuale normativa. Inoltre, le nuove disposizioni rafforzano anche gli strumenti di tutela in caso di discriminazione retributiva, prevedendo un ampliamento circa gli obblighi probatori, nonché le garanzie riconosciute ai lavoratori che intendano far valere il principio della parità di trattamento. Restano ferme le competenze degli organismi di controllo e delle autorità chiamate a vigilare sull'applicazione della disciplina. Con il recepimento della direttiva europea, il legislatore introduce, quindi, un sistema

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

che affianca ai principi già presenti nell'ordinamento nuovi obblighi di trasparenza e procedure di verifica delle differenze retributive. Le disposizioni trovano applicazione secondo la tempistica prevista dal dlgs n. 96/2026 e rappresentano il nuovo quadro di riferimento per le politiche retributive e per la gestione dei rapporti di lavoro nelle imprese.

centro studi Enbic.

La Repubblica

Economia, consumi e società

Economia

Carburanti, dove pesa l'aumento prezzi differenti nella stessa città

Nelle metropoli il costo del pieno dipende dalla zona, dalla formula e dalle strategie dei distributori E c'è chi specula

EMMA BONOTTI


Carburanti, dove pesa l'aumento prezzi differenti nella stessa città

Caro carburante, quanto mi costi. La vera risposta è: dipende. In primo luogo dalla formula scelta, servito o self, poi dalla posizione della stazione di rifornimento, dentro o fuori dall'autostrada. A queste differenze però il consumatore è ormai avvezzo e non si dovrebbe stupire se, con certe combinazioni, lo scontrino diventa più salato. Peccato che i prezzi alla pompa varino anche in base alla strategia commerciale adottata dal singolo benzinaio - ad esempio, alzare i listini se la quantità di carburante erogato scende - o dal tipo di accordi con la compagnia a monte.

Ebbene, il risultato sono 10-12 e perfino 20 centesimi di differenza tra i cartelli esposti nelle diverse stazioni. Non solo tra le città italiane, ma anche al loro interno tra quartieri e vie. Un'analisi di Unem, l'associazione dei petrolieri, sui dati dell'Osservaprezzi del ministero delle Imprese e del Made in Italy entra nel dettaglio delle offerte formulate in zone diverse di tre città campione, Roma, Milano e Napoli. Nella capitale, ad esempio, sono state sondate quasi 500 stazioni di servizio in un raggio di otto chilometri a partire dal centro, escludendo sia impianti autostradali che sulle tangenziali, così come quelli che mostravano listini chiaramente non aggiornati.

Numeri alla mano, la differenza tra il prezzo più conveniente e quello più caro è di 24 centesimi al litro per la benzina e 20 per il gasolio.

Boccea, Colli Portuensi, Gregorio VII, Aurelia e Torrevecchia sono tra le zone più convenienti. Per le altre due città il delta è meno ampio, ma la narrazione non cambia. A Milano ieri in certe zone la benzina si è avvicinata pericolosamente alla soglia dei due euro al litro, mentre in altre si è fermata sotto quota 1,8. Tra i quartieri più economici gli esperti citano Quarto Oggiaro e Affori, mentre il gasolio a miglior prezzo si trova a Cascina Gobba e Vigentino.

Infine Napoli, dove il carburante può costare fino a 1,959 e 2,059 euro al litro, oppure 1,867 e 1,787 per chi sceglie di fare rifornimento a Barra, Poggioreale o Chiaiano.

La tesi del centro studi Unem è semplice: il prezzo medio, fornito quotidianamente dal ministero, è un riferimento utile, ma non riflette quanto realmente gli automobilisti potrebbero pagare con qualche informazione in più. Sarebbe poi utile, sottolinea il presidente dell'associazione, Gianni Murano, considerare anche la quantità di carburante erogato dalle diverse stazioni. La media nazionale, probabilmente, perderebbe qualche centesimo. Quando il ventaglio di alternative sul mercato è così ampio, il rischio di speculazione sale. In primavera lo stesso ministro Adolfo Urso aveva parlato di alcuni aumenti anomali, fuori mercato, assicurando che Mister Prezzi e la Guardia di finanzia sarebbero intervenuti con controlli mirati.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Economia, consumi e società

Ma l'Unione nazionale consumatori avrebbe preferito l'intervento dell'Antitrust. Così, dicono invece, è solo «aria fritta». ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

L'intelligenza artificiale rivoluziona l'innovazione aziendale. I casi da L'Oréal a Mondelez

L'IA inventa i prodotti del futuro

Shampoo o biscotti, la tecnologia ripensa e crea referenze

MARCO LIVI


L'intelligenza artificiale rivoluziona l'innovazione aziendale, i casi da L'Oréal a Mondelez

L'IA inventa i prodotti del futuro

Shampoo o biscotti, la tecnologia ripensa e crea referenze

L'intelligenza artificiale ha già iniziato a creare i prodotti che consumeranno a breve i clienti di tutto il mondo. Che si tratti di shampoo, biscotti, cosmetici o miscele di caffè, diverse importanti aziende internazionali si stanno affidando all'IA per scovare nuove idee di prodotto, per farlo più velocemente e con minori costi a carico.

Di base, oltre alle motivazioni economiche, ci sono anche e soprattutto le preferenze d'acquisto sempre ondivaghe del pubblico. Certo, rimane il supporto degli esperti aziendali in carne e ossa così come (seppur ridotti in alcuni casi) restano i momenti di riscontro con gruppi rappresentativi dei consumatori finali sui nuovi prodotti. Ma, secondo vari manager contattati da Reuters, l'utilizzo dell'intelligenza artificiale permette ulteriori vantaggi come quello di cogliere meglio e sopperire di conseguenza ai punti deboli delle catene di approvvigionamento.

È così che, nel concreto, l'azienda di cosmetici francese L'Oréal ha fatto ricorso all'IA per individuare quali molecole, già usate nei suoi prodotti per la pelle, possano servire per ideare shampoo col collagene che diano volume e corposità ai capelli. «Si può andare davvero molto più veloci immaginando nuove associazioni di molecole e nuovi benefici», ha dichiarato Fabrice Megarbane, presidente della divisione prodotti di consumo del colosso francese, come riportato dall'agenzia stampa internazionale. E solo a livello temporale il risparmio sembra significativo se si possono pensare nuovi prodotti quattro volte più velocemente rispetto a poco tempo fa.

L'Oréal ha introdotto l'IA nei suoi laboratori da circa quattro anni ma sulla stessa strada si sono incamminati anche altre aziende. Due esempi su tutti sono Nestlé, con in portafoglio marchi tra cui il Nescafè, i cereali per la prima colazione Cheerios e gli alimenti per animali domestici Purina, e Haleon, produttrice del dentifricio Sensodyne. Peraltro, Nestlé sfrutta l'intelligenza artifciale anche per realizzare confezioni di prodotto più sostenibili mentre Haleon ha parlato di «un'assistenza sanitaria migliore nella vita di tutti i giorni, per esempio attraverso una ricerca scientifica e uno sviluppo di contenuti clinici più rapidi». Con il supporto di Microsoft, Haleon «sta integrando funzionalità di intelligenza artificiale in tutta l'azienda, ottenendo risultati misurabili ed efficienze in aree quali l'analisi dei consumatori, il marketing, la ricerca e sviluppo e la catena di fornitura», ha confermato la sua chief digital and technology officer Claire Dickson.

In aggiunta c'è Mondelez, presente nel mondo tra gli altri coi brand Milka, Toblerone e in Italia con le Sottilette, che riesce ora a ridurre il numero di test di prodotto tra cui scegliere la versione definitiva per il mercato. È successo per i biscotti Gluten free golden Oreo (golden Oreo senza glutine,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ndr) o per aggiornare la ricetta dei biscotti Chips Ahoy.

Nella categoria dei biscotti, il 60% delle ricette prodotte tramite l'IA ha ottenuto risultati migliori in termini di nutrizione, sostenibilità e costi, secondo la stessa azienda nord-americana.

«È possibile ottimizzare le modalità di sviluppo delle ricette», ha spiegato a Reuters Filippo Catalano, chief information and digital officer di Mondelez, senza dimenticare l'importanza di poter diminuire la dipendenza da fornitori unici nelle catene di approvvigionamento.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

nazioni Unite

IA, paesi Ue incapaci a governarla


NAZIONI UNITE
IA, paesi Ue incapaci a governarla

La maggior parte dei paesi nel mondo non ha le competenze per poter gestire e valutare l'intelligenza artificiale (IA) e sempre più spesso i sistemi di IA riescono a violare le istruzioni di sicurezza dettate dall'uomo per sopravvivere. A dirlo è il rapporto, intitolato Preliminary Report of the Independent International Scientific Panel on AI: Evidence based assessment of opportunities, risks and impacts of AI, presentato al primo dialogo globale sulla governance dell'intelligenza artificiale organizzato dall'Onu in Svizzera.

IA nella mani di pochi Come spiegato da Amandeep Singh Gill, Sottosegretario generale Onu e Inviato speciale per le tecnologie digitali ed emergenti: "I benefici si concentrano dove già esistono istituzioni, competenze e dati. Dove questi mancano, la stessa tecnologia può sostituire i lavoratori, ampliare le disuguaglianze e lasciare le comunità dipendenti da sistemi costruiti senza tenerle in considerazione". Il problema è che al momento l'infrastruttura di calcolo, le competenze di valutazione restano nella mani di chi costruisce l'intelligenza artificiale (Usa e Cina), lasciando dunque la maggior parte degli Stati, soprattutto quelli Ue, dipendenti da sistemi che non possono costruire, ispezionare, controllare o adattare l'IA pienamente al proprio contesto locale. Nel dettaglio gli Usa hanno il 75% della potenza di calcolo e la Cina ne rappresenta il 15%. A questo si aggiunge che le aziende statunitensi e cinesi sviluppano quasi tutti i principali modelli di uso generale, e solo un piccolo numero di paesi controlla la catena di approvvigionamento dei chip per l'IA.

IA ribelle agli umani Il secondo aspetto emerso dal report è che al momento "mancano metodi affidabili per mantenere il controllo su sistemi di IA altamente autonomi". Non esistono infatti garanzie scientifiche che gli agenti di IA, sistema informatico che si può pianificare e agire autonomamente per raggiungere determinati obiettivi, utilizzando gli strumenti di cui dispone, non violino le istruzioni. "Si stanno infatti accumulando prove di casi in cui lo fanno già", si legge dal report che spiega come "in contesti di laboratorio, i sistemi di IA hanno mostrato di violare le istruzioni di sicurezza per evitare di essere spenti. Un comportamento simile può creare difficoltà poiché cresce la capacità dei sistemi di IA leader di riconoscere gli ambienti di test e produrre risultati di valutazione fuorvianti che favoriscano la propria continuazione operativa".

Giorgia Pacione Di Bello.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023