Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

martedì, 28 luglio 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

martedì, 28 luglio 2026

Coop Alleanza 3.0

27/07/2026 **Distribuzione Moderna** 5
Coop Alleanza 3.0 evolve la tesoreria insieme a Piteco a supporto della gestione finanziaria

27/07/2026 **Travelnostop** 7
Caribe Bay entra nei programmi di Coop per dipendenti e soci Decidi tu come informarti su Google Aggiungi TravelNoStop alle tue Fonti preferite : quando cercherai una notizia, ci troverai più facilmente. AGGIUNGI

Area Emilia Romagna

28/07/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)** Pagina 45 8
La 'Pastasciutta antifascista' fa il pieno di musica e ricordi

28/07/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)** Pagina 53 9
Film all'aperto all'Arena Pareschi Sei anteprime e quattro restauri

27/07/2026 **Bologna Today** 10
Il corpo come luogo di memoria: la danzatrice Silvia Gribaudi per "Attorno al Museo"

27/07/2026 **Reggionline** 12
La pastasciutta antifascista conquista il cuore di Reggio. VIDEO

27/07/2026 **Collettiva** 13
Kamila di Parma, scatta lo sciopero dei lavoratori Coop Alleanza 3.0 ad Anzola

27/07/2026 **Parma Today** 15
Kamila, sciopero e presidio al magazzino Coop di Anzola nell'Emilia: nuovo Tavolo convocato per venerdì 31 luglio

27/07/2026 **TGR Emilia Romagna** 17
Sciopero per la vertenza Kamila (TG delle 19:30)

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

28/07/2026 **Il Piccolo** Pagina 29 *SARA DEL SAL* 18
Il Cirque du Soleil fa il bis a Trieste con lo show Echo

Area Marche e Abruzzo

27/07/2026 **EkuoNews** 20
L'Aquila Social Hub: presentata l'Officina per l'Inclusione di Autismo Abruzzo

27/07/2026 **Touring Club** 22
Jesi, un autunno all'opera : la Stagione Lirica del Teatro Pergolesi si apre con "Il trittico" di Puccini

Area Sud e Isole

27/07/2026 **Puglia Live** 24
Musica: i Capabrò vincono Il Premio Amnesty per gli emergenti a Voci per la libertà

Controllate e partecipate

28/07/2026 **MF** Pagina 8 *ANDREA DEUGENI E LUCA GUALTIERI* 26
Intesa-Monte verso ricavi per quasi 35 miliardi

28/07/2026 **La Stampa** Pagina 18 *MICHELE CHICCO* 28
Mps-Bpm scalda la Borsa Per i soci di Siena un premio in contanti

28/07/2026 **MF** Pagina 11 30
IGD

Coop e Cooperazione

28/07/2026 **Corriere Romagna** Pagina 5 31
Meno burocrazia per la crescita: la Romagna punta sulle Zes

28/07/2026 **La Provincia Pavese** Pagina 46 *DANIELA SCHERRER* 32
Quando il teatro sostiene la terapia I pazienti del Mondino in scena

28/07/2026 **Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)** Pagina 25 34
Tutto pronto per Volterra Ad 1398 la festa medievale in due domeniche

28/07/2026 **Il Messaggero (ed. Viterbo)** Pagina 34 35
Archeologia, nel Parco Palombini l'ultimo incontro di "Tra terra e mare"

Concorrenza GDO

28/07/2026 **La Repubblica** Pagina 35 *VITO DE CEGLIA* 36
Supermercato la sostenibilità fa bene agli affari

28/07/2026 **La Repubblica** Pagina 34 38
Anche i clienti sostengono la ricerca

28/07/2026 **La Repubblica** Pagina 34 39
Così le eccedenze continuano a restare risorse

28/07/2026 **La Repubblica** Pagina 35 40
Amici e sport, investire nelle comunità e nel territorio

28/07/2026 **La Repubblica** Pagina 35 41
Filiera, ambiente e comunità i tre pilastri di Esselunga

28/07/2026 **La Repubblica** Pagina 35 43
Teatro alla Scala, la cultura chiama i giovani

28/07/2026 **Corriere della Sera (ed. Milano)** Pagina 5 *MARCO PESSINA* 44
Esselunga di viale Piave Il restyling passa dal bar

28/07/2026 **La Prealpina** Pagina 24 *ELISA RANZETTA* 46
«Se porta ordine e persone ben venga il supermercato»

28/07/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 18 48
Inaugurati i due nuovi Conad City «Salvaguardati 23 posti di lavoro»

27/07/2026 **Distribuzione Moderna** 50
Il Conad di via Di Palma a Taranto si presenta con un layout completamente rinnovato

27/07/2026 **Distribuzione Moderna** 52
Video: Conad inaugura a Firenze il nuovo format Benessity

27/07/2026 **Alimentando** 53
Un ragionamento sul retail media sviluppato in Benessity di Conad nord ovest a Firenze. La cura degli abbinamenti

27/07/2026 **Distribuzione Moderna** 54
Lidl si espande nel barese con il primo store a Terlizzi

28/07/2026 **Il Mattino di Padova** Pagina 23 *GIANNI BIASETTO* 55
Aldi lascia Tencarola Salta il progetto del supermercato

28/07/2026 **Corriere Romagna (ed. Forlì-Cesena)** Pagina 26 57
DISCOUNT LOCOMOTIVE COMMERCIALI

28/07/2026 **Italia Fruit** 58
Il futuro del reparto ortofrutta si gioca fra ampiezza e profondità dell'assortimento

28/07/2026 **Corriere Adriatico (ed. Macerata)** Pagina 23 60
Riciclare la plastica conviene sconti in 27 esercizi della città

Economia, consumi e società

28/07/2026 **Corriere della Sera** Pagina 6 *CLAUDIA VOLTATTORNI* 62
Sconto di 17 centesimi sul diesel Taglio delle accise fino al 6 agosto

28/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 2 *Davide Tabarelli* 64
Per risolvere la crisi riduciamo i consumi

27/07/2026 **larepubblica.it** 66
Non compriamo più come una volta. E i negozi stanno imparando a seguirci

28/07/2026 **MF** Pagina 9 *ANNA MESSIA* 68
Il welfare fa lievitare la redditività delle imprese

Innovazione e mondo digitale

28/07/2026 **Corriere della Sera** Pagina 29 70
Nvidia garantisce 250 miliardi a ChatGpt

28/07/2026 **Corriere della Sera** Pagina 30 *Francesco Bertolino* 71
Cxmt, i chip cinesi a ritmo di Nasdaq: valgono 547 miliardi

28/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 17 *Francesco Seghezzi* 72
Se mancano le competenze informatiche nelle aziende

Distribuzione Moderna

Coop Alleanza 3.0

Coop Alleanza 3.0 evolve la tesoreria insieme a Piteco a supporto della gestione finanziaria


Distribuzione Moderna

Coop Alleanza 3.0 evolve la tesoreria insieme a Piteco a supporto della gestione finanziaria

07/27/2026 17:02

Coop Alleanza 3.0 evolve la tesoreria insieme a Piteco a supporto della gestione finanziaria Coop Alleanza 3.0 , la più grande cooperativa di consumatori del sistema Coop, con oltre 2,2 milioni di soci, oltre 15.000 lavoratori e 348 punti vendita, ha digitalizzato la propria gestione finanziaria insieme a Piteco software house italiana di soluzioni gestionali per la tesoreria e la pianificazione finanziaria, parte del Gruppo Zucchetti. A seguito della fusione tra Coop Adriatica, Coop Consumatori Nordest e Coop Estense Coop Alleanza 3.0 si è trovata a gestire e integrare organizzazioni, processi e sistemi differenti: tre software di tesoreria, tre Erp contabili, flussi distribuiti su uffici e direzioni diverse e oltre 100 conti correnti bancari. In questo contesto, la scelta di adottare un'unica piattaforma di tesoreria ha rappresentato un passaggio decisivo per armonizzare i processi, rendere più efficiente l'operatività quotidiana e costruire una base dati solida a supporto delle decisioni finanziarie. Modello di gestione centralizzato e automatizzato Con il supporto e il know how di Piteco Coop Alleanza 3.0 ha progressivamente sviluppato un modello di gestione centralizzato e automatizzato, introducendo strumenti di cash pooling intercompany e intracompany , che consentono di concentrare e ottimizzare la liquidità disponibile tra conti correnti e società del gruppo, riducendo le giacenze inattive, limitando il ricorso al credito e migliorando il controllo dei flussi finanziari. Il progetto ha inoltre previsto moduli dedicati alla riconciliazione dei punti vendita e funzionalità evolute per la gestione dei flussi bancari. Un percorso che ha consentito di razionalizzare la struttura dei conti correnti, ora dimezzati e di gestire quotidianamente una mole di dati particolarmente rilevante, legata sia alla rete diretta dei punti vendita sia alle società del gruppo. Automatizzato l'80% delle riconciliazioni Oggi la tesoreria di Coop Alleanza 3.0 riesce a gestire automaticamente circa l'80% delle riconciliazioni, concentrando l'intervento umano sui soli casi di differenza o anomalia. Il risultato è una disponibilità pressoché in tempo reale di dati di liquidità puliti, verificati e aggiornati, che consente di migliorare il controllo dei flussi di cassa e di destinare le competenze del team di tesoreria ad attività a maggiore valore aggiunto, come analisi dei dati, reportistica, pianificazione finanziaria e controllo delle spese bancarie. Questo traguardo è stato raggiunto grazie all'introduzione di un sistema di riconciliazione evoluto per i flussi provenienti dai punti vendita, in grado di gestire automaticamente le diverse forme di pagamento - contanti, assegni, bancomat, carte di credito e strumenti digitali come Satispay - identificando il singolo punto vendita, applicando regole di tolleranza su importi e valute

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e segnalando esclusivamente le eccezioni che richiedono un intervento umano. "Il valore principale di questo percorso è stato liberare le persone da attività ripetitive e a basso valore aggiunto, permettendo loro di specializzarsi sempre di più nell'analisi, nella pianificazione e nel controllo - dichiara Monica Moretti, coordinatrice tesoreria e banche di Coop Alleanza 3.0 -. La digitalizzazione dei processi ci ha consentito di trasformare un'attività prevalentemente operativa in una funzione capace di generare dati più solidi, più dinamici e più utili per l'azienda. Oggi le risorse possono dedicare più tempo a comprendere i numeri, interpretarli e contribuire in modo più consapevole alle decisioni finanziarie". Sicurezza, automazione, pianificazione Il percorso di evoluzione prosegue ora con un'attenzione crescente alla sicurezza dei pagamenti, al rafforzamento dei workflow autorizzativi e allo sviluppo di strumenti sempre più avanzati per la pianificazione finanziaria. In particolare, la disponibilità di una base dati storica e strutturata rappresenta un punto di partenza fondamentale per costruire modelli di cash flow più dinamici, capaci di supportare la gestione della liquidità nel breve periodo e, in prospettiva, le decisioni strategiche di medio-lungo termine. "Il caso Coop Alleanza 3.0 dimostra come la tesoreria stia diventando una funzione sempre più centrale per le grandi organizzazioni: non più solo presidio operativo dei flussi finanziari, ma luogo in cui convergono automazione, controllo, qualità del dato e capacità decisionale - sottolinea Paolo Virenti, ceo di Piteco - . "In contesti complessi, caratterizzati da volumi elevati, molteplici forme di pagamento e processi distribuiti, la tecnologia consente di trasformare la gestione finanziaria in un'infrastruttura strategica, capace di aumentare efficienza, sicurezza e consapevolezza nelle scelte aziendali".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Travelnostop

Coop Alleanza 3.0

Caribe Bay entra nei programmi di Coop per dipendenti e soci Decidi tu come informarti su Google Aggiungi TravelNoStop alle tue Fonti preferite : quando cercherai una notizia, ci troverai più facilmente. AGGIUNGI


Travelnostop

Caribe Bay entra nei programmi di Coop per dipendenti e soci Decidi tu come informarti su Google Aggiungi TravelNoStop alle tue Fonti preferite : quando cercherai una notizia, ci troverai più facilmente. AGGIUNGI

07/27/2026 09:57 Monia Marchese

Caribe Bay, il noto resort acquatico a tema caraibico di Lido di Jesolo (Venezia), fa il suo ingresso ufficiale nei programmi di welfare e loyalty di Coop, colosso della grande distribuzione organizzata in Italia. La collaborazione si articola su un doppio binario strategico per la stagione 2026: Welfare per i dipendenti : l'iniziativa si rivolge in primis agli oltre 15.000 dipendenti di Coop Alleanza 3.0, che avranno la possibilità di richiedere fino a quattro biglietti d'ingresso a tariffa agevolata con formula "open", utilizzabili liberamente durante tutto l'arco della stagione estiva. Fidelizzazione dei soci : Caribe Bay entra ufficialmente anche all'interno della "Raccolta Punti 2026". L'operazione coinvolge sia i 2,2 milioni di soci di Coop Alleanza 3.0, sia gli 1,2 milioni di soci di Unicoop Firenze (attiva in nove province della Toscana), estendendo così la visibilità e la penetrazione commerciale del parco su scala nazionale. L'accordo intercetta un trend di mercato molto chiaro per il turismo leisure di prossimità: la crescente richiesta da parte del pubblico di esperienze di condivisione familiare che uniscono il divertimento al relax, dinamica testimoniata anche dal costante aumento delle prenotazioni di pacchetti turistici integrati che abbinano l'ingresso a Caribe Bay al pernottamento di più notti nelle strutture ricettive del territorio. "La crescita registrata da Caribe Bay negli ultimi anni ci ha portati a cercare un partner nazionale in grado di valorizzare questa evoluzione e di accompagnarci in un percorso coerente con il posizionamento raggiunto dal Parco. In questo senso, Coop rappresenta l'interlocutore ideale e conferma il ruolo che i parchi divertimento possono assumere nelle strategie di welfare rivolte ai lavoratori. Oggi il benessere delle persone passa anche dalla possibilità di vivere momenti di qualità con la propria famiglia, ritagliarsi tempo per sé e condividere esperienze di valore. È talmente vero che sono in costante aumento anche le prenotazioni di pacchetti che uniscono la visita del Parco al pernottamento di più notti", ha detto Stefano Tamborino, Commercial Director di Caribe Bay. Resta sempre aggiornato sul mondo del turismo! Registrati gratuitamente e scegli le newsletter che preferisci: ultime news, segnalazioni degli utenti, notizie locali e trend di turismo. Personalizza la tua informazione, direttamente via email. Iscriviti ora.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)

Area Emilia Romagna

La 'Pastasciutta antifascista' fa il pieno di musica e ricordi

Portomaggiore, l'evento organizzato dall'Anpi L'omaggio a Milva nel quinto anniversario della morte


ARGENTA E PORTOMAGGIORE

Porto rinasce, cinque nuove attività nel 2026

Moria di pesci in valle, interpellanza al sindaco

La 'Pastasciutta antifascista' fa il pieno di musica e ricordi

PORTOMAGGIORE Una splendida serata all'insegna della convivialità, della memoria e della musica. Venerdì scorso il centro cittadino di Portomaggiore è stato animato dall'evento 'Pastasciutta antifascista', l'iniziativa che ogni anno ricorda un momento simbolico della storia italiana: il 25 luglio 1943, dopo la destituzione di Benito Mussolini, i Fratelli Cervi di Campegine (Reggio Emilia) decisero di festeggiare la caduta del regime preparando e offrendo pastasciutta a tutta la popolazione. Quest'anno l'Anpi nazionale ha voluto dedicare la manifestazione anche alla Costituzione italiana. A Portomaggiore l'evento è stato organizzato dall'Anpi locale, con la partecipazione delle associazioni Oltre, Anpi Ostellato-Fiscaglia, Cgil, Spi Cgil e Centro dell'Olmo. L'iniziativa si è svolta con il patrocinio dell'istituto Alcide Cervi, del Comune di Portomaggiore, dell'Udi, del Centro donna giustizia e di Arci, in collaborazione con Coop Alleanza 3.0.

Ricordato, inoltre, il quinto anniversario della scomparsa di Milva, la 'Pantera di Goro. Per renderle omaggio sono stati proposti due celebri brani del suo repertorio: la versione originale di Bella Ciao, interpretata nel 1966 durante una trasmissione condotta da Corrado e ispirata al canto delle mondine, e la versione dedicata alla libertà, eseguita l'anno successivo nella trasmissione Senza Rete, condotta da Alberto Lupo. La serata è poi proseguita con l'esibizione del cantante Vittorio Bonetti e di Gianni Parmiani, che hanno accompagnato il pubblico in un percorso tra musica e parole dedicato al valore della libertà.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)

Area Emilia Romagna

Film all'aperto all'Arena Pareschi Sei anteprime e quattro restauri

Al via la seconda parte della stagione: sullo schermo le rivolte arabe del '36 e due capolavori di Moretti


CULTURA& SPETTACOLI
Ferrara

Film all'aperto all'Arena Pareschi
Sei anteprime e quattro restauri

Una detective tra gli ebrei ultraortodossi

FESTA della LUMACA 2026
CAMPO SPORTIVO di CASUMARO (FE)
dal 31/07 al 10/08
SALA RAFFRESCATA 1974-2026 52°ANNO
Lumache - Tartufo - Piatti tradizionali
www.casumarofc.com - 338 3391148 - 370 3731956
Via Boschetto, 21 - Casumaro (FE)

FERRARA Da oggi al 13 settembre l'arena Coop Alleanza 3.0 al parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, entra nella seconda metà della sua ventesima stagione: quarantotto serate, tutte le sere, con sei film in anteprima, quattro classici in versione restaurata 4K e le uscite più viste dell'anno. Dal primo agosto cambiano gli orari: inizio film alle 21 e apertura cancelli alle 20.15 (fino al 31 luglio restano le 21.30 e le 20.45). La rassegna 'Anteprime, il cinema invisibile' porta al parco sei titoli prima dell'uscita nelle sale italiane, tutti in versione originale sottotitolata.

Il 14 agosto Palestina 36 di Annemarie Jacir ricostruisce la grande rivolta araba del 1936 contro il mandato britannico, con Saleh Bakri, Hiam Abbass e Jeremy Irons nei panni dell'Alto commissario Arthur Wauchope: è il film candidato dalla Palestina agli Oscar 2026 e ha vinto il premio per il miglior film al Tokyo International Film Festival. Il 22 agosto è la volta di Silent Friend di Ildikó Enyedi, premio Fipresci a Venezia 82, dove Luna Wedler ha ottenuto il premio Marcello Mastroianni: tre storie ambientate nel 1908, nel 1972 e nel 2020 attorno allo stesso ginkgo biloba di un orto botanico tedesco, con Tony Leung Chiu-Wai e Léa Seydoux. Il 23 agosto Calle Málaga di Maryam Touzani, già autrice de Il caftano blu, affida a Carmen Maura il ruolo di una settantanovenne di Tangeri che si oppone alla vendita della casa di una vita: premio del pubblico nella sezione Spotlight a Venezia, candidato del Marocco agli Oscar 2026.

Chiudono la rassegna tre commedie. Fammi il piacere di Reem Kherici (25 agosto), ispirato alla storia vera degli inventori del Womanizer, e Santiago - Un cammino per ricominciare di Yann Samuell (29 agosto), tratto da un romanzo di Bernard Ollivier e visto in Francia da oltre un milione e duecentomila spettatori, hanno la stessa protagonista, Alexandra Lamy. Il primo settembre arriva The Invite - Il piacere è tutto nostro, terzo film da regista di Olivia Wilde, che lo interpreta accanto a Seth Rogen, Penélope Cruz ed Edward Norton.

Il cinema restaurato riporta all'aperto quattro classici in nuova versione 4K. Due sono film di Nanni Moretti degli anni Ottanta: La messa è finita (1985) il 4 agosto e Bianca (1984) il 7. Gli altri due hanno la stessa protagonista, Marilyn Monroe: Gli uomini preferiscono le bionde di Howard Hawks il 24 agosto e A qualcuno piace caldo di Billy Wilder il 7 settembre, entrambi in versione originale sottotitolata.

Accanto alle rassegne, il calendario raccoglie i titoli della stagione. Stasera si parte con Il bene comune di Rocco Papaleo.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Bologna Today

Area Emilia Romagna

Il corpo come luogo di memoria: la danzatrice Silvia Gribaudi per "Attorno al Museo"


Bologna Today

Il corpo come luogo di memoria: la danzatrice Silvia Gribaudi per "Attorno al Museo"

07/27/2026 20:50

La danza è sempre stata una delle protagoniste del cartellone di Attorno al Museo, la rassegna dell'Associazione Parenti delle Vittime della Strage di Ustica la cui 17ma edizione è in programma fino al 10 agosto prossimo. Mercoledì 29 luglio (ore 21.15, ingresso libero con offerta), sul palco di fronte al Museo per la Memoria di Ustica al Parco della Zucca, la coreografa e danzatrice Silvia Gribaudi presenta Archivio dei Corpi, appositamente realizzato per la rassegna, una riflessione sui corpi come luoghi di memoria, al pari degli archivi, in cui ogni segno e stratificazione portano con sé la traccia di storie ed esperienze vissute, incarnandole. Memorie che si trasformano in movimenti e gesti che saranno restituiti sul palco e attraverso i video di Matteo Maffesanti: nello spettacolo sarà integrato il lavoro laboratoriale con cittadine e cittadini che la coreografa terrà dal 27 al 29 luglio alla Casa di Quartiere A. Montanari e nel Parco della Zucca (dalle ore 18.00 alle ore 20.00, per partecipare iscrizione sul sito attornoalmuseo.it). Una pratica, quella del coinvolgimento delle comunità, che da oltre vent'anni attraversa il lavoro di Gribaudi: al centro della sua ricerca c'è infatti l'impatto sociale del corpo e la relazione tra pubblico e performer, attraverso la ricerca artistica sul linguaggio coreografico, la danza e lo humour. Con un'attenzione specifica al livello umano e relazionale, sviluppa i suoi lavori attraverso il dialogo e l'incontro poetico con gli artisti e le artiste con cui collabora, le comunità e il pubblico, che diventano parte integrante di ogni atto performativo. "La Memoria non si archivia" è il titolo scelto per questa edizione di Attorno al Museo, per esprimere la contrarietà, da parte dell'Associazione Parenti delle Vittime della Strage, alla richiesta di archiviazione proposta dalla Procura di Roma, soprattutto per i nuovi importanti elementi emersi - dalla presenza della portaerei francese Foch alle esercitazioni di aerei militari francesi e americani con base a Grazzanise - e la necessità di nuove indagini e rogatorie internazionali, in particolare nei confronti della Francia. Una posizione sostenuta anche dalla Presidente del Consiglio, che ha assunto l'impegno di indicare all'Avvocatura dello Stato di sostenere le ragioni dell'Associazione contro l'archiviazione. Per tutte le serate della rassegna, le Cucine Popolari di Bologna in collaborazione con la Casa di Quartiere Antonio Montanari prepareranno i "Piatti della solidarietà", nell'ambito del progetto La memoria in tavola. Come di consueto, in corrispondenza delle date di tutti gli eventi in programma il Museo per la Memoria di Ustica propone aperture straordinarie con i seguenti orari: 22, 29 luglio e 10 agosto ore 20.00 - 23.00. In queste serate il Dipartimento educativo MAMbo | Museo Morandi propone una visita guidata gratuita al Museo dalle ore 20.00 alle 21.00. La prenotazione è obbligatoria e si effettua scrivendo all'indirizzo e-mail mamboedu@comune. bologna.it entro le ore 13.00 del giorno precedente. Negli altri giorni restano invariati

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

gli orari di apertura estivi del Museo, validi fino al 27 settembre 2026: venerdì, sabato e domenica ore 17.00 - 20.00. Tutte le info sono reperibili sul sito www.attornoalmuseo.it Attorno al Museo è un progetto di Associazione Parenti delle Vittime della Strage di Ustica Realizzato con il contributo di Regione Emilia-Romagna, Assemblea Legislativa della Regione Emilia-Romagna, Comune di Bologna, Bologna Estate, Bologna Città della Musica UNESCO, Museo per la Memoria di Ustica Con il patrocinio di: RAI Emilia-Romagna Main media partner: TGR RAI, RAI Radio 1, RAI Radio 3 Si ringraziano: Tper, Legacoop Bologna, Gruppo Hera, Coop Alleanza 3.0 Progetti realizzati in collaborazione con: Cronopios, Fondazione Teatro Comunale di Bologna, Emilia Romagna Teatro ERT / Teatro Nazionale, Conservatorio G.B. Martini di Bologna, Canicola, Maple Death Records, Bologna Jazz Festival, Lo Spazio Letterario, Cucine Popolari, Casa di Quartiere A. Montanari. BolognaToday è in caricamento.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Reggionline

Area Emilia Romagna

La pastasciutta antifascista conquista il cuore di Reggio. VIDEO


Reggionline

La pastasciutta antifascista conquista il cuore di Reggio. VIDEO

07/27/2026 15:39 Francesco Galli

REGGIO EMILIA – Era il 25 luglio 1943 quando la famiglia Cervi distribuiva circa 380 chili di maccheroni al burro e formaggio a tutta Campegine, per festeggiare la destituzione e l'incarcerazione di Benito Mussolini . Per il quarto anno consecutivo, questo atto di generosità e di festeggiamento è stato ricordato in Piazza Prampolini. Un evento organizzato da diverse realtà: Spi, Cgil, Auser, Anpi Istituto Cervi, Filef, Istoreco, Arci Tunnel e Arci Fenuli, in collaborazione con Mondoinsieme, Coop Alleanza 3.0 e Iren. "La Pastasciutta Antifascista – sottolinea Anna Ferrari, presidente di Anpi Reggio Emilia – a Reggio è importante per ricordare quello che hanno fatto fatto i Cervi e altri antifascisti campeginesi nel 1943. Un atto simbolo di libertà, solidarietà e partecipazione comune. Reggio è una città multiculturale ed è giusto che si apra al mondo, oggi è anche la festa della liberazione dei popoli e celebrare le libertà nel mondo è un diritto di autodeterminazione e di rispetto della dignità umana". Con questa iniziativa, Reggio ha celebrato anche le liberazioni nel mondo: dopo il Ghana e il Burkina Faso nelle edizioni precedenti, quest'anno è stato il turno della Costa d'Avorio. "In occasione di questa iniziativa, come paese della Costa d'Avorio – spiega Abdoulaye Condé, segretario generale Aire – abbiamo voluto ricordare il ruolo delle donne nella liberazione dei popoli, in particolare vogliamo ricordare Marie Curie e le sue compagne, che nella lotta anticoloniale nel nostro territorio hanno organizzato una marcia per chiedere la liberazione dei prigionieri politici". "Reggio è una città aperta e anche i Cervi erano una famiglia aperta – evidenzia il sindaco Marco Massari – Sul loro trattore possedevano un mappamondo e questo significa che pensavano al mondo e pensavano in grande. La loro casa inoltre, era aperta a tutti, senza preclusioni". casa Cervi Mondoinsieme

REGGIO EMILIA - Era il 25 luglio 1943 quando la famiglia Cervi distribuiva circa 380 chili di maccheroni al burro e formaggio a tutta Campegine, per festeggiare la destituzione e l'incarcerazione di Benito Mussolini . Per il quarto anno consecutivo, questo atto di generosità e di festeggiamento è stato ricordato in Piazza Prampolini. Un evento organizzato da diverse realtà: Spi, Cgil, Auser, Anpi Istituto Cervi, Filef, Istoreco, Arci Tunnel e Arci Fenuli, in collaborazione con Mondoinsieme, Coop Alleanza 3.0 e Iren. "La Pastasciutta Antifascista - sottolinea Anna Ferrari, presidente di Anpi Reggio Emilia - a Reggio è importante per ricordare quello che hanno fatto fatto i Cervi e altri antifascisti campeginesi nel 1943. Un atto simbolo di libertà, solidarietà e partecipazione comune. Reggio è una città multiculturale ed è giusto che si apra al mondo, oggi è anche la festa della liberazione dei popoli e celebrare le libertà nel mondo è un diritto di autodeterminazione e di rispetto della dignità umana". Con questa iniziativa, Reggio ha celebrato anche le liberazioni nel mondo: dopo il Ghana e il Burkina Faso nelle edizioni precedenti, quest'anno è stato il turno della Costa d'Avorio. "In occasione di questa iniziativa, come paese della Costa d'Avorio - spiega Abdoulaye Condé, segretario generale Aire - abbiamo voluto ricordare il ruolo delle donne nella liberazione dei popoli, in particolare vogliamo ricordare Marie Curie e le sue compagne, che nella lotta anticoloniale nel nostro territorio hanno organizzato una marcia per chiedere la liberazione dei prigionieri politici". "Reggio è una città aperta e anche i Cervi erano una famiglia aperta - evidenzia il sindaco Marco Massari - Sul loro trattore possedevano un mappamondo e questo significa che pensavano al mondo e pensavano in grande. La loro casa inoltre, era aperta a tutti, senza preclusioni". casa Cervi Mondoinsieme Arci Fenuli Arci Tunnel coop alleanza Fratelli Cervi pastasciutta antifascista Anpi Filef Reggio Emilia Istituto Cervi piazza Prampolini auser istoreco Spi Iren Cgil.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Collettiva

Area Emilia Romagna

Kamila di Parma, scatta lo sciopero dei lavoratori Coop Alleanza 3.0 ad Anzola


Collettiva

Kamila di Parma, scatta lo sciopero dei lavoratori Coop Alleanza 3.0 ad Anzola

07/27/2026 12:55

La protesta dopo che la cooperativa Md Service ha impedito il raggiungimento di un accordo al tavolo convocato dalla Regione Emilia-Romagna. In gioco 87 posti di lavoro Si è concluso senza esito positivo anche il quarto tavolo di salvaguardia occupazionale convocato dall'Assessorato al Lavoro della Regione Emilia-Romagna per la crisi che coinvolge gli 87 lavoratori del magazzino Kamila di Parma . La vertenza nasce dalla chiusura dell'appalto da parte di Kamila che per anni ha operato per la distribuzione di Coop Alleanza 3.0, con definitivo spostamento delle attività, da parte di quest'ultima, in provincia di Bologna. Per questo motivo Filt Cgil, Fit Cisl, UilTrasporti e Adl Cobas bolognesi, insieme ai lavoratori, hanno proclamato per oggi, lunedì 27 luglio, una giornata di sciopero con presidio, dalle 9 alle 17 , presso il magazzino Coop di Anzola dell'Emilia. "Dopo il confronto di martedì – spiegano i sindacati –, la Regione aveva formulato una ragionevole proposta di mediazione. Nella riconvocazione di giovedì 23 luglio, Filt Cgil, Fit Cisl, UilTrasporti e Adl Cobas, unitariamente, hanno condiviso l'impianto della proposta, che garantiva un numero significativo di ricollocazioni a tempo indeterminato , un adeguato sostegno economico in caso di trasferimento fuori provincia, un congruo periodo di cassa integrazione straordinaria per accompagnare i percorsi di ricollocazione e una soluzione economica dignitosa per i lavoratori destinati all'esodo". La cooperativa Md Service ha respinto la proposta, confermando le stesse posizioni di settimane fa e impedendo, di fatto, il raggiungimento di un accordo. Da parte sua Kamila, "mai presente ai tavoli istituzionali", garantisce solamente una ventina di ricollocazioni a tempo indeterminato, a fronte di 87 lavoratori coinvolti dalla procedura di licenziamento collettivo , con un contributo economico del tutto insufficiente per il trasferimento presso il sito di Anzola dell'Emilia. "Dopo settimane di confronto, questa scelta rappresenta una grave irresponsabilità da parte dell'intera filiera - proseguono i rappresentanti dei lavoratori -. Una posizione che ignora il lavoro di mediazione svolto dalla Regione Emilia-Romagna e gli appelli al senso di responsabilità rivolti anche dal Comune di Parma, pienamente consapevole delle pesanti conseguenze sociali di un licenziamento collettivo di queste dimensioni". Tutto questo mentre si ta avvicinando il termine del 5 agosto per la chiusura della procedura di licenziamento collettivo e, in assenza di un accordo, i licenziamenti diventeranno effettivi nel giro di pochi giorni. Pur confermando la piena disponibilità a proseguire il confronto fino all'ultimo momento utile, le organizzazioni sindacali hanno preso atto dell'atteggiamento della controparte, confermando lo sciopero di oggi. La Filt Cgil Bologna ricorda che cinque anni fa il magazzino Coop di Anzola dell'Emilia chiuse per ristrutturazione e la società di logistica in appalto avviò una procedura di licenziamento per tutti i 200 lavoratori impiegati. Dopo una lunga

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

trattativa si raggiunse un accordo che tutelò l'occupazione. Il magazzino Coop di Anzola ha riaperto circa un anno fa e il magazzino di Parma, avviato per gestire il lavoro durante il periodo di ristrutturazione, è stato destinato a chiudere e la società in appalto datrice di lavoro degli 87 lavoratori, MD Service Soc Coop, ha avviato una procedura di licenziamento collettivo che scade tra meno di dieci giorni. Quella di cui si parla non è quindi una crisi improvvisa: "Il trasferimento della commessa era noto da tempo. Proprio per questo è ancora più grave che la filiera non abbia costruito per tempo una soluzione capace di tutelare l'occupazione. Fermo restando l'auspicio di raggiungere un accordo giusto, nella piena fiducia del del lavoro delle istituzioni, la mobilitazione proseguirà fino a quando tutti i soggetti della filiera non contribuiranno concretamente a una soluzione che garantisca la massima tutela occupazionale e sociale per gli 87 lavoratori coinvolti e le loro famiglie", concludono Filt Cgil, Fit Cisl, UilTrasporti e Adl Cobas.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Parma Today

Area Emilia Romagna

Kamila, sciopero e presidio al magazzino Coop di Anzola nell'Emilia: nuovo Tavolo convocato per venerdì 31 luglio


Parma Today

Kamila, sciopero e presidio al magazzino Coop di Anzola nell'Emilia: nuovo Tavolo convocato per venerdì 31 luglio

07/27/2026 17:13

Si è svolto, nella giornata di oggi lunedì 27 luglio, lo sciopero con presidio di fronte al magazzino di Anzola dell'Emilia, che si occuperà di gestire i prodotti Coop dopo la chiusura - prevista i primi giorni di agosto - del magazzino Kamila di Parma. Ed è proprio per questa vertenza, che riguarda 90 lavoratori e famiglie del nostro territorio, che i sindacati Adl Cobas, Filt Cgil, Fit Cisl e Uiltrasporti in modo unitario hanno indetto la mobilitazione di oggi. Dopo la protesta è stato convocato un nuovo tavolo per la mattinata di venerdì 31 luglio. Mercoledì 5 agosto terminerà la procedura di licenziamento collettivo e, senza un accordo, i licenziamenti diventeranno effettivi nel giro di pochi giorni. La novità di questa nuova iniziativa di mobilitazione è proprio l'unitarietà dei sindacati che, a partire dall'ultimo Tavolo di salvaguardia occupazionale convocato dall'Assessorato al Lavoro della Regione Emilia-Romagna, hanno ideato insieme una piattaforma rivendicativa per poter garantire un futuro certo agli 87 lavoratori che, ad oggi, sono ancora nel vortice del licenziamento collettivo. "Lo sciopero è andato bene, anche perché è stato unitario. La Filt Cgil ha proclamato lo sciopero a partire già dalle 2 di notte. Poi ci sono state alcune ore di blocchi fatti in modo unitario. Ci auguriamo che il Tavolo di venerdì mattina sia risolutivo per la vertenza che stiamo seguendo da tempo. A quel punto mancherà circa una settimana alla scadenza della procedura di licenziamento collettivo" sottolineano i rappresentanti di Adl Cobas. "Nella giornata di oggi, lunedì 27 luglio 2026, la Filt Cgil di Bologna - si legge in una nota del sindacato - ha proclamato uno sciopero per l'intera giornata di tutti i lavoratori e le lavoratrici impiegati in appalto dipendenti Kamila Srl nel magazzino di Coop Alleanza 3.0 ad Anzola dell'Emilia in provincia di Bologna. Lo sciopero è in solidarietà ai lavoratori di Parma dipendenti Md Service Società Cooperativa impiegati nel magazzino Kamila Srl che prepara e distribuisce la merce per i punti vendita di Coop Alleanza 3.0, che nella stessa giornata di oggi scioperano per rivendicare un accordo che tuteli l'occupazione e risponda alle necessità dei lavoratori nell'ambito di una trattativa in sede istituzionale al Tavolo di salvaguardia occupazionale convocato dall'Assessorato al Lavoro della Regione Emilia Romagna. Cinque anni fa il magazzino Coop di Anzola dell'Emilia chiuse per ristrutturazione e la società di logistica in appalto avviò una procedura di licenziamento per tutti i 200 lavoratori impiegati. Dopo una lunga trattativa alla quale contribuirono, oltre alle categorie dei trasporti e del commercio di Cgil, Cisl e Uil, le Istituzioni e la committenza Coop, si raggiunse un accordo che tutelò l'occupazione con gli ammortizzatori sociali, prevedeva ricollocazioni, incentivi su base volontaria, ed una clausola di riassunzione una volta riaperto il magazzino. Il magazzino Coop di Anzola ha riaperto circa un anno fa ed il magazzino di Parma, avviato per gestire

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

il lavoro durante il periodo di ristrutturazione, è destinato a chiudere e la società in appalto datrice di lavoro degli 87 lavoratori, MD Service Soc Coop, ha avviato una procedura di licenziamento collettivo che scade tra meno di dieci giorni. Oggi si sciopera tutti insieme e, come Filt Cgil di Bologna insieme ai lavoratori in appalto ad Anzola che solidarizzano con quelli di Parma, siamo in presidio per chiedere un maggiore impegno da parte di tutti i soggetti datoriali coinvolti perché si raggiunga una intesa che tuteli l'occupazione e risponda alle necessità dei lavoratori e lavoratrici".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

TGR Emilia Romagna

Area Emilia Romagna

Sciopero per la vertenza Kamila (TG delle 19:30)



Sciopero davanti al Magazzino Coop di Anzola dell'Emilia per la Vertenza Camera. Presidio in solidarietà con gli ottantasette lavoratori che vedono il loro futuro a rischio. A Parma, al tavolo di salvaguardia è stato riconvocato dalla Regione per venerdì. Ci spiega Ivana Del Vino. Abbiamo proclamato sciopero con i lavoratori in appalto del magazzino Coop Alleanza di Anzola dell'Emilia, in solidarietà ai lavoratori in appalto di Parma che vedono il proprio magazzino chiuso. È una trattativa in stallo in centro. Scaldare la procedura di licenziamento collettivo per gli ottantasette ai lavoratori dipendenti della cooperativa Med Service, nel Magazzino Camera di Parma. Il presidio è stato organizzato davanti al magazzino Coop di Anzola dell'Emilia, nel Bolognese, dove previsto lo spostamento delle attività da Parma. La vertenza nasce dalla chiusura dell'appalto da parte di Camila, che per anni ha operato per la distribuzione di Coop. Alleanza Tre Zero. Il quarto tavolo di salvaguardia occupazionale convocato dall'assessorato al Lavoro della Regione Emilia Romagna, si è concluso senza esito positivo. Noi troviamo un muro da parte di questa cooperativa MDD, ma soprattutto anche dei committenti mai presente ai tavoli. Sia Camila e sia Alleanza tre zero. Le organizzazioni sindacali Adl, Cobas, Filt Cgil, Fit Cisl e Uiltrasporti hanno condiviso l'impianto della proposta della Regione, che garantisce un numero significativo di ricollocazione a tempo indeterminato e un sostegno economico. In caso di trasferimento Stiamo chiedendo fondamentalmente di reinserirne quanti più possibile, trovando a delle aziende che possono reinserirli tramite ammortizzatori sociali e aiuti economici da parte delle aziende. La cooperativa McD, l'azienda Camila, è anche la Coop per la quale lavorano questi lavoratori. Ci sia un futuro per i ottantasette e le loro famiglie.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Piccolo

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Il Cirque du Soleil fa il bis a Trieste con lo show Echo

Dal 24 giugno al 25 luglio 2027 in città la seconda tappa del tour italiano Il maxi tendone torna davanti a Porto Vecchio. Prevendita dal 28 settembre Le istituzioni: «Un orgoglio essere nella mappa di spettacoli di questa portata»

SARA DEL SAL


Cultura e Spettacoli

Il Cirque du Soleil fa il bis a Trieste con lo show Echo

sara del sal Eventi Il Futuro passa prima dall'Italia: Milano e Trieste ospiteranno il debutto europeo di Echo, il nuovissimo spettacolo del Cirque du Soleil, in arrivo la prossima estate. Ancora una volta, quindi, il capoluogo giuliano accoglierà l'imponente produzione di questo colosso dello spettacolo che in città si fermerà dal 24 giugno al 25 luglio, grazie a una sinergia confermata tra Il Rossetti - Teatro Stabile del Friuli Venezia Giulia, il Comune di Trieste e la Regione con Alveare Produzioni.

Ieri mattina l'annuncio è arrivato con una conferenza stampa nel Palazzo della Regione, alla presenza del governatore Massimiliano Fedriga, del vicesindaco di Trieste, Serena Tonel e del presidente del Rossetti, Francesco Granbassi, a cui hanno partecipato online anche Gianmario Longoni di Alveare e il direttore artistico Fabrice Lemire.

Lo show Protagonista dello spettacolo è proprio Future, che invita il pubblico a intraprendere con lei un viaggio in un mondo fantastico in cui incontrare personaggi umani e del regno animale, capaci di unire le forze per ricostruire il pianeta e creare un mondo migliore. Una storia di connessione, scoperta, cambiamento, fondata anche sulla giovinezza e sul legame tra umani e animali. Echo è anche un viaggio alla ricerca della versione migliore di sè. «Una metafora attraverso la quale guardarsi dentro e riscoprirsi, arrivando a capire chi siamo e a quel punto, forti della consapevolezza, affrontare il futuro», ha spiegato Lemire.

Lo spettacolo - che regalerà acrobazie, musica e l'esibizione dal vivo di sei cantanti e di artisti in arrivo da venti diversi paesi del mondo, (nel cast nessun italiano, al momento) -, ruota intorno a un enorme Cubo capace di trasformarsi continuamente accogliendo proiezioni e gesti acrobatici. Ben diverso dal monolite di 2001 Odissea nello spazio, il Cubo del Cirque è alto come un edificio di due piani e capace di ruotare su sé stesso muovendosi lungo il palcoscenico, per creare l'illusione ottica di fluttuare sospeso nell'aria, lasciando il pubblico a bocca aperta.

Il ritorno «La prima volta può essere un caso ma non la seconda». Lo hanno ribadito sia il vicesindaco Tonel che il governatore Fedriga: questo tipo di eventi non arrivano in modo fortuito in una città e il fatto che il debutto europeo avvenga solo in due realtà italiane, tra cui appunto Trieste, dimostra come la risposta offerta dal territorio nel 2025 sia stata forte. «È un orgoglio essere sulla mappa di questi spettacoli», ha ribadito Tonel, aggiungendo che questa nuova esperienza, al momento messa

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Piccolo

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

in scena solo in Canada e negli Stati Uniti e in attesa di a spostarsi in Messico prima di approdare in Italia, sia «emozionante e piena di significati».

Il presidente Granbassi ha ribadito la ricaduta economica del Cirque che, con un titolo storico come Alegria, ha generato un indotto di 18 milioni di euro, con 72 mila presenze. Numeri che, tradotti in visibilità, generano un ritorno d'immagine importantissimo. «Sono stati gli stessi artisti, attraverso il racconto della città fatto sui loro social, a continuare la promozione del territorio, oltre a richiamare pubblico da tutto il mondo a vederli», ha ricordato Granbassi.

Longoni di Alveare ha aggiunto che per la prima volta una nuova produzione del Cirque approda in Europa debuttando appunto non da Londra, capitale dei grandi show, ma da Milano e Trieste: un esordio storico che non potrà che essere notato dagli oltre due miliardi di fan che la compagnia ha in tutto il mondo, seconda solo alla Disney.

Fedriga ha aggiunto che «pochi eventi di spettacolo hanno generato emozioni così forti e lasciato un segno tanto profondo: riportare il Grand Chapiteau davanti al Porto Vecchio (ben 200 persone con 90 mezzi saranno impegnati sull'allestimento che, a giudicare dai colori della grafica, sarà all'insegna del blu intenso, ndr), richiede uno sforzo importante sotto tutti i profili e un gioco di squadra, supportato con convinzione dalla Regione davvero impegnativo, che sono certo sarà ripagato». Anche il vicepresidente Mario Anzil ha inviato un messaggio affermando che «la scelta di Trieste come una delle due sole tappe italiane di Echo nel 2027 è motivo di grande soddisfazione e dà seguito a un percorso n

el quale abbiamo creduto fin dall'inizio». Il vicesindaco Tonel ha inoltre aggiunto che «nel 2027 avremo la possibilità di consolidare i risultati raggiunti in

termini di ospiti e indotto di un anno fa. Auspico che anche questo ritorno del Cirque du Soleil sia occasione per operazioni sinergiche e vincenti da salutare con orgoglio per il valore culturale, ec onomico e sociale che creano per Trieste». Granbassi ha poi ricordato che "se Alegría ci ha coinvolti ed entusiasmati, Echo ci lascerà letteralmente senza fiato, facendoci toccare con mano una dimensione di meraviglia ancora più imponente e contemporanea. A tutto questo si aggiunge anche un'eredità tangibile per la città: l'area riqualificata per ospitare nel 2025 il Grand Chapiteau è diventata di recente un parcheggio ormai indispensabile e al servizio della comunità. Un traguardo di questo livello è frutto della collaborazione sempre proficua e vincente con Alveare Produzioni e di una sinergia straordinaria, per la quale desidero ringraziare di cuore la Regione, PromoTurismo FVG, il Comune di Trieste, Coop Alleanza 3.0, RFI,

la Fondazione CRTrieste e Confcommercio». I biglietti L'apertura delle vendite è fissata per il 28 settembre, ma dal 30 luglio i fan potranno registrarsi alla Waiting list per accedere in anteprima alla prevendita come gli abbonati del Rossetti. © RIPRODUZIONE RISERVATA la narrazione Al centro Future, personaggio femminile che condurrà il pubblico in un viaggio magico Tre numeri acrobatici eseguiti dagli artisti del Cirque du Soleil.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

EkuoNews

Area Marche e Abruzzo

L'Aquila Social Hub: presentata l'Officina per l'Inclusione di Autismo Abruzzo


EkuoNews

L'Aquila Social Hub: presentata l'Officina per l'Inclusione di Autismo Abruzzo

07/27/2026 09:39

Il progetto è stato illustrato nella sessione plenaria di "Insieme" - Festival Regionale del Sociale L'AQUILA - È stato presentato oggi, nella sessione plenaria di INSIEME – Festival Regionale del Sociale, il progetto "L'Aquila Social Hub – Officina per l'Inclusione", promosso da Autismo Abruzzo APS e sostenuto da Enel Cuore, l'Ente Filantropico del Gruppo Enel, per creare un nuovo spazio dedicato all'autonomia, alla partecipazione e all'inclusione sociale delle persone nello spettro autistico. L'intervento, svoltosi dalle ore 15:00 alle ore 16:00 , ha visto la partecipazione dei rappresentanti di Autismo Abruzzo APS: Angelo Chiodi , Chiara Ciminà , Cristina Milani , Valeria Gaeta e Dario Verzulli , con la moderazione di Germana D'Orazio Davanti a una platea attenta e partecipata, Autismo Abruzzo ha presentato la visione e gli obiettivi di L'Aquila Social Hub – Officina per l'Inclusione, uno spazio pensato per mettere in relazione persone, famiglie, istituzioni, servizi pubblici, imprese e Terzo Settore, con l'obiettivo di costruire percorsi concreti di inclusione sociale e lavorativa. "L'Officina per l'Inclusione nasce dall'idea che ogni persona debba avere la possibilità di esprimere le proprie capacità, sviluppare le proprie autonomie e partecipare pienamente alla vita della comunità. L'inclusione diventa concreta quando crea opportunità, relazioni e contesti nei quali le persone possano essere protagoniste del proprio percorso' Il progetto L'Aquila Social Hub – Officina per l'Inclusione è stato realizzato da Autismo Abruzzo APS con il sostegno di Enel Cuore e Rotary L'Aquila, e grazie alla collaborazione con ADSU L'Aquila, che ha messo a disposizione in comodato d'uso gratuito alcuni locali di propria proprietà situati nei pressi del Centro Commerciale L'Aquilone, destinati a ospitare le attività dell'Officina. La collaborazione con ADSU L'Aquila rappresenta un esempio concreto di come il patrimonio pubblico possa diventare una risorsa al servizio della comunità, favorendo la nascita di luoghi capaci di generare relazioni,

Il progetto è stato illustrato nella sessione plenaria di "Insieme" - Festival Regionale del Sociale L'AQUILA - È stato presentato oggi, nella sessione plenaria di INSIEME - Festival Regionale del Sociale, il progetto "L'Aquila Social Hub - Officina per l'Inclusione", promosso da Autismo Abruzzo APS e sostenuto da Enel Cuore, l'Ente Filantropico del Gruppo Enel, per creare un nuovo spazio dedicato all'autonomia, alla partecipazione e all'inclusione sociale delle persone nello spettro autistico. L'intervento, svoltosi dalle ore 15:00 alle ore 16:00 , ha visto la partecipazione dei rappresentanti di Autismo Abruzzo APS: Angelo Chiodi , Chiara Ciminà , Cristina Milani , Valeria Gaeta e Dario Verzulli , con la moderazione di Germana D'Orazio Davanti a una platea attenta e partecipata, Autismo Abruzzo ha presentato la visione e gli obiettivi di L'Aquila Social Hub - Officina per l'Inclusione, uno spazio pensato per mettere in relazione persone, famiglie, istituzioni, servizi pubblici, imprese e Terzo Settore, con l'obiettivo di costruire percorsi concreti di inclusione sociale e lavorativa. "L'Officina per l'Inclusione nasce dall'idea che ogni persona debba avere la possibilità di esprimere le proprie capacità, sviluppare le proprie autonomie e partecipare pienamente alla vita della comunità. L'inclusione diventa concreta quando crea opportunità, relazioni e contesti nei quali le persone possano essere protagoniste del proprio percorso" Il progetto L'Aquila Social Hub - Officina per l'Inclusione è stato realizzato da Autismo Abruzzo APS con il sostegno di Enel Cuore e Rotary L'Aquila, e grazie alla collaborazione con ADSU L'Aquila, che ha messo a disposizione in comodato d'uso gratuito alcuni locali di propria proprietà situati nei pressi del Centro Commerciale L'Aquilone, destinati a ospitare le attività dell'Officina. La collaborazione con ADSU L'Aquila rappresenta un esempio concreto di come il patrimonio pubblico possa diventare una risorsa al servizio della comunità, favorendo la nascita di luoghi capaci di generare relazioni, opportunità e innovazione sociale. All'interno dell'Officina saranno realizzate attività laboratoriali, momenti di socializzazione, percorsi di autonomia abitativa, iniziative rivolte alle famiglie e alla comunità, oltre a tirocini e percorsi di accompagnamento al lavoro, con l'obiettivo di valorizzare competenze e aspirazioni delle persone nello spettro autistico. "Ringraziamo la Regione Abruzzo per aver promosso il Festival Regionale del Sociale e per aver offerto ad Autismo Abruzzo l'opportunità di presentare il progetto in una sede così importante di confronto sul futuro delle politiche sociali. Un ringraziamento particolare va al Direttore di ADSU L'Aquila Michele Suriani , a Enel Cuore e al Rotary L'Aquila per il contributo e la collaborazione che hanno reso possibile questo percorso. La costruzione di una comunità inclusiva passa dalla capacità di lavorare insieme, mettendo in rete competenze, risorse e visioni" La presentazione ha suscitato interesse e partecipazione da parte del pubblico presente,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

che ha seguito con attenzione il racconto del progetto e delle prospettive future dell'Officina per l'Inclusione. Ringraziamo tutti i partecipanti, e in particolare il dott. Pasquale Angelini referente affari istituzionali Enel Cuore, Giorgio Paravano Presidente del club Rotary L'Aquila e la Dott.ssa Rosa Persia . Tra i presenti alcuni dei partner storici dell'Associazione quali Salvo Cardella per Carrefour Italia sede dell'Aquila, Raffaella Gaspari per Coop Alleanza 3.0. L'Aquila Social Hub - Officina per l'Inclusione è il risultato di una rete di collaborazioni che continuerà a svilupparsi e che sarà presentata nelle prossime settimane, con l'obiettivo di raccontare il contributo dei diversi soggetti coinvolti nella realizzazione del progetto. Con questa iniziativa Autismo Abruzzo APS conferma il proprio impegno nella costruzione di percorsi capaci di valorizzare le persone, promuovere autonomia e rafforzare la partecipazione alla vita della comunità. - Autismo Abruzzo Guarda la fotogallery.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Touring Club

Area Marche e Abruzzo

Jesi, un autunno all'opera : la Stagione Lirica del Teatro Pergolesi si apre con "Il trittico" di Puccini


Touring Club

Jesi, un autunno all'opera : la Stagione Lirica del Teatro Pergolesi si apre con "Il trittico" di Puccini

07/27/2026 14:33

Puccini, Donizetti, Verdi, ma anche una prima assoluta e un balletto flamenco: il Teatro Pergolesi di Jesi disegna così il cuore della sua 59ª Stagione Lirica di Tradizione , che accompagnerà il pubblico marchigiano da ottobre a dicembre 2026. A firmarla è la Fondazione Pergolesi Spontini , che conferma la formula ormai consolidata: grandi titoli del repertorio accanto a nuove produzioni, spazio ai giovani talenti e uno sguardo attento all'accessibilità. Il trittico apre la stagione Si comincia il 9 ottobre alle 20.30 , con replica l'11 ottobre alle 16 (anteprima per i giovani il 7 ottobre alle 16), con "Il trittico" di Puccini – "Il tabarro", "Suor Angelica" e "Gianni Schicchi" nella loro interezza, un debutto assoluto per il teatro jesino. La nuova produzione arriva dall' Opéra-Théâtre de l'Eurométropole de Metz : sul podio Stefano Vignati, la regia è di Paul-Émile Fourny, scene e luci di Patrick Méeüs, costumi di Giovanna Fiorentini. In buca la FORM – Orchestra Filarmonica Marchigiana, insieme al Coro Ventidio Basso di Ascoli Piceno diretto da Pasquale Veleno. Tra gli interpreti Massimo Cavalletti, Giulio Pelligra, Alessandra di Giorgio, Elena Antonini, Arlene Miatto Albeldas e Francesca Maionchi. Don Pasquale, la comicità di Donizetti Il 30 e il 31 ottobre, entrambe le date alle 20.30 (anteprima giovani il 28 ottobre alle 16), tocca a "Don Pasquale" di Donizetti , in una nuova produzione condivisa con la Fondazione Teatro Carlo Coccia di Novara e la Fondazione Teatro Carlo Felice di Genova. Dirige Danila Grassi, alla guida del Time Machine Ensemble e del Coro Ventidio Basso; sul palco Bruno Taddia, Antonio Mandrillo, Nikoletta Hertsak e Daniele Terenzi. La regia è di Italo Nunziata, le luci di Oscar Frosio. Scene e costumi portano invece la firma di due giovani professionisti, Michela Costa e Simone Dalla Venezia, vincitori della sesta edizione del Concorso Josef Svoboda dedicato alla progettazione scenica e ai costumi per il teatro musicale, riservato agli iscritti al Biennio di Specializzazione in Scenografia delle Accademie di Belle Arti di Macerata, Bologna, Venezia, Carrara, Bari e Brera. Una prima assoluta ispirata a Tosca Il 14 e il 15 novembre (il primo alle 20.30, il secondo alle 16, con anteprima giovani il 12 novembre alle 16) va in scena un titolo del tutto inedito: "L'esecuzione. Sotto lo sguardo di Tosca" , opera thriller firmata da Salvatore Passantino su libretto di Marco Malvaldi, ambientata durante una prova della "Tosca" pucciniana. Dirige Eddi De Nadai il Time Machine Ensemble; in scena Aloisa Aisemberg, Riccardo Liberatore, Giacomo Medici, Tiziano Rosati e Maria Olimpia Renna. Regia ancora di Italo Nunziata, luci di Oscar Frosio, mentre scene e costumi sono opera di altre due vincitrici del Concorso Svoboda, Jing Guan e Margherita Figini. Nabucco chiude l'anno in grande stile L '11 e il 13 dicembre (rispettivamente alle 20.30 e alle 16, anteprima giovani il 10 dicembre alle 16) arriva il "Nabucco" di Verdi, coprodotto con l'Associazione Arena Sferisterio di Macerata. Sul podio

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Marco Attura, regia di Paul-Émile Fourny, scene di Benito Leonori e costumi di Giovanna Fiorentini. Suonano ancora la FORM e il Coro Lirico Marchigiano "V. Bellini", diretto da Leonardo Chiacchiera. Il cast riunisce nomi internazionali: Fabian Veloz è Nabucodonosor, Julija Vasiljeva veste i panni di Abigaille, al loro fianco Joseph Dahdah (Ismaele), Alberto Comes (Zaccaria), Elena Antonini (Fenena) e Simone Fenotti (Abdallo). Il gran finale: la danza spagnola di Querencia A calare il sipario sulla stagione, il 19 dicembre alle 21, è il balletto "Querencia" , un viaggio nelle molte anime della danza spagnola firmato dal coreografo Antonio Najarro, su musiche originali di Moisés Sánchez, interpretato dai danzatori della sua compagnia. Un teatro pensato per tutti Le recite dell' 11 ottobre , del 31 ottobre , del 13 dicembre sono accessibili anche a persone cieche, ipovedenti, sorde e ipoudent i, grazie al contributo di Coop Alleanza 3.0: un impegno che il Teatro Pergolesi porta avanti da tempo e che conferma la sua attenzione a un pubblico il più possibile ampio e diversificato. Informazioni e biglietti Biglietteria: tel. 0731 206888, biglietteria@fpsjesi.com . Prevendita online su Vivaticket. Il programma completo è consultabile sulla pagina dedicata e sul sito della Fondazione Pergolesi Spontini Cammini e luoghi sacri, dove scoprire il lato spirituale di Pavia.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Puglia Live

Area Sud e Isole

Musica: i Capabrò vincono Il Premio Amnesty per gli emergenti a Voci per la libertà


Puglia Live

Musica: i Capabrò vincono Il Premio Amnesty per gli emergenti a Voci per la libertà

07/27/2026 14:57 Egidio Magnani

I Capabrò hanno vinto la 29 edizione del Premio Amnesty, sezione Emergenti, con il brano "Lavorare fa schifo", aggiudicandosi anche il Premio della giuria popolare, nella serata finale del festival "Voci per la libertà – Una canzone per Amnesty". A Esdra, con "Destà", è andato il Premio della critica, mentre il Premio dello staff se lo sono aggiudicati i Marilyn, con "Arca di Noè". In finale anche Tizio Bononcini, con "Uomo macho", e Diletta Fosso, con "Bruciate tutto". La band vincitrice è un classico trio rock – chitarra, basso, batteria – formato da Alessandro Corvatta, Diego Brocani e Giorgio Pantaloni. Originari delle Marche, uniscono energia scenica e ironia su temi sociali e quotidiani, come nel brano vincitore. Queste le loro parole al momento della consegna del premio dalle mani della presidente di Amnesty International Italia Alba Bonetti: " Vincere questo premio è per noi un orgoglio enorme. Oggi trovare luoghi e spazi di espressione veri è purtroppo una cosa sempre più rara ed essere riconosciuti su un palco così importante ha per noi un valore profondo. Dedichiamo questo premio a chi ogni giorno si alza la mattina per andare a fare un lavoro che odia, a chi vive per lavorare e non viceversa, a chi esce di casa per andare al lavoro e poi a casa non ci torna più." La finale del contest dedicato a canzoni sui diritti umani si è svolta in piazza Vittorio Emanuele II a Rovigo domenica sera, quando in veste di ospiti sono saliti sul palco anche Ibla e Murubutu & Moon Jazz Band – entrambi finalisti del Premio Amnesty nella sezione Big. La conduzione delle serate era affidata a Savino Zaba (Rai), Manola Borgato (Radio Kappa) e Carmen Formenton (Voci per la Libertà). Il festival, che ha preso il via giovedì 23 luglio, ha visto alternarsi numerosi altri artisti, come Dente, Francamente, la Magicaboola Brass Band, Agnese Valle, Giovanni Segreti Bruno, Vincenzo Fasano e il progetto Love Bombing. Accanto alle esibizioni degli ospiti e degli otto semifinalisti della sezione Emergenti, Rovigo si è animata con dibattiti, mostre e performance, trasformando la città in un polo di riflessione e partecipazione. I temi hanno spaziato dalla condizione carceraria italiana, al gender gap, dal compito del giornalismo nei conflitti, al ruolo dell'artista fra la libertà di espressione e la scelta di tacere, fino ai genocidi e al people power. Giornalismo e industria dell'informazione "Rovigo è diventato un grande spazio di musica, incontri, arte e diritti umani - ha dichiarato il direttore artistico del festival Michele Lionello - abbiamo vissuto assieme quattro giornate di emozioni, riflessioni e libertà con un programma che ha intrecciato linguaggi diversi attorno a un unico filo conduttore: i diritti umani. Artisti, ospiti, volontari, partner, spazi della città e pubblico hanno dato vita a un festival che continua a credere nella forza della musica e della cultura come strumenti di partecipazione, ascolto e consapevolezza con lo slogan che ha contraddistinto questa edizione: "Fai sentire la tua voce". Arti e intrattenimento

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Puglia Live

Area Sud e Isole

Il Premio Amnesty, sezione Emergenti, è stato assegnato da una prestigiosa giuria che tra semifinali e finale era composta da: Claudio Agostoni (Radio Popolare), Gio Alajmo (critico musicale), Armida Bandoni (Amnesty International), Alba Bonetti (Amnesty International), Davide Campanati (Spazio Musica), Francesco Carrubba (Radio Latte e Miele), Marco Cavalieri (Radio Elettrica), Enrico Deregibus (giornalista, operatore culturale), Aldo Foschini (Musica nelle Aie), Roberta Giallo (Cantautrice), Michele Lionello (Voci per la libertà), Ivan Malfatto (Il Gazzettino), Martina Manfrinati (Voci per la libertà), Samuele Massarenti (Collettivo Desfemo), Silvia Mobili (Radio Capital), Gianluca Mura (Radio 41), Federico Padovani (Amnesty International), Zoe Pia (Pedras et Sonus Jazz Festival), Silva Rotelli (Take Action), Agnese Valle (cantautrice). "Voci per la libertà - Una canzone per Amnesty" è un'iniziativa dell'Associazione Voci per la libertà APS. Realizzata in collaborazione e con il sostegno di: Amnesty International Italia, Circoscrizione VTAA di Amnesty International, Comune di Rovigo, CGIL Rovigo, SPI Cgil Veneto, CAF Cgil, CISL Padova e Rovigo, CAF CISL, IRSAP Foundation, Caritas Diocesana di Adria-Rovigo, Enaip Veneto, progetto "GET - Gender Equality Thinking", progetto "Dentro e fuori". Iniziativa sostenuta da: Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo. Progetto finanziato: tramite fondi dell'8×1000 della Chiesa Cattolica. Con il contributo di: Fondazione Banca del Monte di Rovigo, Coop Alleanza 3.0, Banca Annia. Media partner: OPS Group, FunnyVegan, ViaVaiNet, Noise Symphony, Indieffusione, Radio Popolare, Radio 41, Radio Elettrica, Radio BlueTu, Radio Kappa, Rovigoinfocittà. Partner tecnici: Tecnofire, ARS audio & light, Press4All, Birrificio Vojo, Gelateria Godot, Mei - Meeting degli Indipendenti, Rete dei Festival, Studioartax, IdeeGrafiche, Centro Documentazione Polesano, Musica nelle Aie, Premio la Mia Terra, Monferr'Autore Festival, CSV di Padova e Rovigo. Musica e audio Maggiori informazioni su: www.vociperlaliberta.it.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MF

Controllate e partecipate

Ca' de Sass svela i numeri della superbanca post-opas: quasi 12 miliardi di profitti. BlackRock primo socio e Tesoro all'1%

Intesa-Monte verso ricavi per quasi 35 miliardi

ANDREA DEUGENI E LUCA GUALTIERI


Mps-Bpm, mezze in azioni e cash

Intesa-Monte verso ricavi per quasi 35 miliardi

L'AZIONARIATO DELLA NUOVA SUPERBANCA

La combinazione tra Intesa Sanpaolo e Mps genererà un gruppo da quasi 35 miliardi di ricavi e 12 miliardi di utili. Questi sono alcuni dei numeri emersi dalla documentazione che l'istituto guidato da Carlo Messina ha messo a disposizione degli azionisti in vista dell'assemblea che a settembre sarà chiamata ad approvare l'aumento di capitale al servizio dell'opas. Le relazioni pubblicate da Intesa fanno un'ampia descrizione del deal in termini sia di struttura dell'operazione sia di impatti finanziari, fornendo per la prima volta una fotografia contabile pro-forma dell'aggregazione sulla base dei bilanci chiusi al 31 dicembre 2025. Se Intesa e Montepaschi fossero già state consolidate a quella data, il nuovo gruppo avrebbe registrato un utile netto pari a 11,95 miliardi di euro. Il margine di intermediazione pro-forma raggiungerebbe 34,84 miliardi, sostenuto da un margine di interesse di 19,79 miliardi e da commissioni nette per 10,77 miliardi. Il risultato netto della gestione finanziaria e assicurativa sarebbe pari a 28,6 miliardi, mentre i costi operativi si attesterebbero a 14,6 miliardi. Le spese amministrative ammonterebbero a 13,95 miliardi, di cui 8,44 relativi al personale. Dopo rettifiche su crediti per 2,66 miliardi l'utile lordo dell'operatività corrente arriverebbe a 14,1 miliardi. Anche le dimensioni patrimoniali cambierebbero sensibilmente. L'attivo complessivo del gruppo Intesa-Mps supererebbe 1.191 miliardi rispetto ai 960 miliardi della sola Ca' de Sass. I crediti verso la clientela salirebbero a circa 645 miliardi, mentre i debiti verso la clientela raggiungerebbero 586,6 miliardi. Le attività finanziarie valutate al costo ammortizzato ammonterebbero complessivamente a 696 miliardi e le partecipazioni supererebbero i 10,5 miliardi. La documentazione presenta tuttavia un limite essenziale. I prospetti pro-forma rappresentano l'acquisizione dell'intero gruppo Mps e non incorporano né le sinergie industriali né i costi di integrazione. Soprattutto, non riflettono la successiva separazione del Compendio NewBank destinato a Unipol. Gli 11,95 miliardi non costituiscono pertanto una previsione dell'utile del perimetro finale che resterà a Intesa, ma una simulazione contabile dell'aggregato integrale prima dell'esecuzione dell'accordo con il gruppo bolognese. La stessa banca precisa che i dati pro-forma non hanno natura prospettica e potrebbero differire dai risultati effettivi dell'operazione.

Sul piano industriale, l'obiettivo dichiarato resta quello di superare 16 miliardi di utile netto nel 2029, con un roe superiore al 20%. Le sinergie attese a regime ammontano a 2,9 miliardi ante imposte l'anno, suddivise tra 1,5 miliardi di risparmi sui costi e 1,4 miliardi di maggiori ricavi, al netto delle dissinergie commerciali. Il gruppo combinato avrebbe oltre 1.700 miliardi di attività finanziarie della clientela, con l'obiettivo di raggiungere circa 2.000 miliardi nel 2029, e dovrebbe distribuire

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

agli azionisti circa 61 miliardi nel 2025-2029.

L'opas inciderà anche sull'azionariato di Intesa, diluendo di oltre il 20% gli attuali soci e facendo entrare alcuni dei principali azionisti di Mps, se dovessero concambiare con Intesa. Nell'ipotesi di adesione integrale, Delfin avrebbe circa il 3,8%, il gruppo Caltagirone il 2,2% (al 3% considerando una quota del 13%,5% con cui si è presentato allo stacco cedola del 20 maggio), il Mef l'1% e Bpm lo 0,8%. BlackRock resterebbe il primo azionista con il 5,4%, davanti alla Compagnia di San Paolo con il 5,1% e alla Cariplo con il 4,3%. Ma il progetto di Carlo Messina potrebbe non essere l'unica proposta per gli azionisti di Siena. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Controllate e partecipate

Mps-Bpm scalda la Borsa Per i soci di Siena un premio in contanti

Gli advisor analizzano i dossier, tempi più lunghi per chiudere Piazza Affari sale spinta dai titoli del settore bancario

MICHELE CHICCO


Mps-Bpm scalda la Borsa
Per i soci di Siena
un premio in contanti

Gli advisor analizzano i dossier, tempi più lunghi per chiudere
Piazza Affari sale spinta dai titoli del settore bancario

Accordo per The Italian Sea Group
Cordata con Sanlorenzo e Polo di Viareggio

Michele Chicco Milano Il risiko bancario muove Piazza Affari, con il titolo di Monte dei Paschi che aggiorna i suoi massimi dell'anno e arriva a 11,78 euro per azione forte di un rialzo dell'1,34%. Rocca Salimbeni è il crocevia dei giochi. In campo c'è l'offerta lanciata da Intesa Sanpaolo, ma il terreno potrebbe presto affollarsi con una proposta di fusione concordata dai consigli di Banco Bpm e Mps. I board non sono stati ancora convocati e per definire i dettagli potrebbe volerci tempo, ma gli operatori di Borsa prendono posizione: come Mps, Banco Bpm ha chiuso in rialzo dello 0,8%. Acquisti anche su Intesa Sanpaolo che sale dell'1% e fissa un nuovo primato, oltre 6,5 euro per azione.

Per Luigi Lovaglio e Giuseppe Castagna sono ore di lavoro, affiancati dai rispettivi advisor. Le incognite sarebbero ancora molte, a partire dalla struttura della proposta da sottoporre ai soci che, ha ricostruito Bloomberg, potrebbe prevedere un mix tra carta e contanti sullo schema dell'offerta di Intesa Sanpaolo che per Siena propone 1,6 azioni di nuova emissione più un euro cash.

A complicare lo scenario c'è la distanza tra la capitalizzazione di Monte dei Paschi, 35,8 miliardi alla chiusura di ieri, e quella di Banco Bpm, ferma a 24 miliardi.

Una fusione tra pari sarebbe estremamente svantaggiosa per gli azionisti di Rocca Salimbeni, tanto che i consulenti starebbero valutando l'ipotesi di remunerare i soci del Monte con un extradividendo che potrebbe arrivare anche dalla cessione sul mercato del 13,2% di Generali custodito da Mediobanca.

Una mossa che aprirebbe scenari incerti per Lovaglio.

Mps, dall'annuncio dell'offerta di Intesa Sanpaolo, è sotto passivity rule: prima di vendere la quota del Leone dovrebbe ottenere il via libera dell'assemblea straordinaria che richiede il 66% dei voti a favore. Un risultato difficile da raggiungere, vista la conflittualità che ha caratterizzato il dialogo tra i soci di Siena nell'ultimo anno. In cima all'elenco degli azionisti c'è la Delfin degli eredi Del Vecchio che nell'assemblea di aprile, con il 17,53%, si era schierata a favore di Lovaglio; mentre la famiglia Caltagirone che controlla il 13,5% del capitale aveva votato la lista del cda che prevedeva di consegnare le chiavi della banca a Fabrizio Palermo. Il Mef, al 4,8%, non voterebbe in un'eventuale assemblea straordinaria, mentre Banco Bpm che possiede il 3,74% potrebbe presentarsi anche se parte correlata.

A Milano, intanto, sarebbe arrivata in Piazza Meda un'apertura all'operazione da Crédit Agricole, primo socio di Bpm con il 29,3% delle azioni. La Banque Verte avrebbe dato la disponibilità a negoziare il

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

suo via libera all'operazione in cambio di una serie di contropartite.

Come rivelato ieri da La Stampa, i francesi potrebbero ambire agli sportelli che dovessero risultare in sovrannumero rispetto alle normative antitrust fino a Anima, alle assicurazioni o alla quota in Agos dove proprio l'Agricole ha la maggioranza. Fonti di mercato sottolineano, tuttavia, la necessità che l'operazione orchestrata da Lovaglio e Castagna permetta a tutti gli azionisti del Banco di essere trattati allo stesso modo, evitando che il socio forte possa negoziare condizioni favorevoli e rafforzare la sua posizione di banca concorrente del futuro terzo polo bancario italiano. Il dossier è ora guardato con attenzione da Blackrock, al 5,61% di Piazza Meda, e dal gestore di fondi Davide Leone, che controlla il 5% del capitale dell'ex Popolare Milano. Ma azionisti di Bpm sono anche fondazioni e casse previdenziali riuniti nel patto al 5,63% del gruppo (tra questi Enpam all'1,99% e Cassa Forense all'1,66%). La fusione potrebbe contribuire a preservare Monte Paschi come istituzione indipendente, senza procedere alla divisione delle filiali prospettata da Intesa Sanpaolo che punta a cedere a Unipol 635 sportelli. Una dote che permetterebbe a Bper, successivamente, di rafforzare il posizionamento sullo scacchiere finanziario italiano. Sullo sfondo della partita resta anche l'inchiesta milanese che vede indagato Lovaglio su un presunto accordo non comunicato tra Delfin, Francesco Gaetano Caltagirone e lo stesso Ad mirato al controllo di Mediobanca e Generali e di cui si attendono sviluppi in autunno. Quando tutte le carte saranno scoperte. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

MF

Controllate e partecipate

IGD

L'azienda immobiliare retail e Powy, attiva nella ricarica per veicoli elettrici, hanno siglato un accordo per l'installazione di nuove stazioni nei centri commerciali di Immobiliare Grande Distribuzione.



MERCATI MF 11

LA PRODUZIONE LOCALE DI VOLKSWAGEN, BMW E MERCEDES È AI LIVELLI PIÙ BASSI DI SEMPRE

Auto tedesche ai minimi in Cina

Nel 2026 gli stabilimenti cinesi delle joint venture lavoreranno al 46% della capacità. Ma il problema è generale

Stellantis, il sito di Brampton nel mirino di Rashel

Musica, Ancona investe sui giovani con l'hub Mosaic

Corriere Romagna

Coop e Cooperazione

Meno burocrazia per la crescita: la Romagna punta sulle Zes

Legacoop rilancia l'idea del presidente di Abi Patuelli per far ripartire la collina e la costa


ECONOMIA

Meno burocrazia per la crescita: la Romagna punta sulle Zes

ROMAGNA È convincente la proposta del presidente di Abi, Antonio Patuelli, di allargare ad altre aree del Paese l'esperienza delle Zes, le Zone economiche speciali. A dirlo con forza è Legacoop, sottolineando come questi strumenti, nati nel 2024 per sostenere lo sviluppo regionale e oggi attivi al Sud, nelle Marche e in Umbria, abbiano ridotto la burocrazia a costo zero per lo Stato. Da qui l'appello dei cooperatori: perché non estendere questa opportunità anche alle aree spopolate del centro nord?

La richiesta nasce da un contesto economico difficile, segnato da consumi in calo, inflazione e costi energetici alti. Come rileva Legacoop, i dati di Banca d'Italia, Svimez e Istat mostrano che nel 2025 il Mezzogiorno è cresciuto più del Nord (+0,6% di Pil e +1,5% di occupati), spinto dai fondi europei e dalle Zes.

Per sostenere le imprese servono decisioni chiare.

In campo energetico occorre velocizzare le autorizzazioni per le rinnovabili e superare i tabù ideologici che ci fanno escludere «"a prescindere", come avrebbe commentato Totò» il nucleare di nuova generazione. Serve poi attrarre investimenti con le Zes: non "zone franche", poiché la cooperazione resta un presidio di legalità, ma aree con tempi di sviluppo certi.

Sì quindi a un dibattito rapido sulla proposta Patuelli per estendere le Zes alla Romagna, dalle aree collinari alla costa, fino ai territori lontani dalla via Emilia che viaggiano a velocità ridotta. L'obiettivo è dare un'idea di sviluppo nuova a un'economia ferma da troppo tempo.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Provincia Pavese

Coop e Cooperazione

Quando il teatro sostiene la terapia I pazienti del Mondino in scena

Progetto con la Neuropsichiatria dell'infanzia e dell'adolescenza

DANIELA SCHERRER


La Piazza

Quando il teatro sostiene la terapia
I pazienti del Mondino in scena
Progetto con la Neuropsichiatria dell'infanzia e dell'adolescenza

Pavia La teatroterapia non sostituisce la cura, ma senza dubbio la potenzia. Aiuta anche a trovare canali attraverso cui raccontare se stessi e le proprie fragilità. Ecco perché ha particolare significato lo spettacolo che le ragazze e i ragazzi ospiti del reparto di Neuropsichiatria dell'Infanzia e dell'Adolescenza dell'Istituto neurologico Mondino stanno preparando con Anastasia Mancini, docente di teatro e teatroterapista.

È lei a condurre il laboratorio di teatroterapia che ha preso avvio nel mese di giugno e si concluderà a settembre. Si parlerà di alimentazione e di disturbi alimentari nello spettacolo teatrale, ma anche e soprattutto di identità, del rapporto con il proprio corpo, di dolore e cambiamento.

Proprio da questo laboratorio Anastasia Mancini, che è vicepresidente dell'area soci Coop Pavia, trarrà gli spunti per la stesura dello spettacolo, che andrà in scena alla Coop di Pavia.

«Si può dire che lo scriveremo tutti insieme - afferma Mancini - perché saranno le loro parole e le loro storie le vere protagoniste sul palco.

Grazie allo staff di Fondazione Mondino abbiamo avuto l'opportunità di dare vita a un progetto che mette al centro l'ascolto, la relazione e il potere trasformativo del teatro».

Luca Capone, responsabile del servizio di psicologia clinica dell'età evolutiva e coordinatore del personale riabilitativo: «La teatroterapia offre agli adolescenti uno spazio simbolico dove esprimere vissuti spesso difficili da verbalizzare, favorendo l'elaborazione emotiva attraverso il corpo e la relazione.

Integrata al lavoro clinico, arricchisce l'osservazione diagnostica e sostiene il processo terapeutico con un canale complementare a quello verbale. Non sostituisce la cura, ma la potenzia, creando ponti tra vissuto interno ed espressione condivisa».

Lo spettacolo andrà in scena presso la Coop di Pavia, nell'ambito del secondo appuntamento di PalCoop, la rassegna ideata da Area Soci Coop Pavia per aprire lo spazio del negozio a eventi teatrali e culturali in genere e organizzata in collaborazione con I Am Art aps. L'iniziativa ha l'obiettivo di creare uno spazio di dialogo e sensibilizzazione intorno ai temi della fragilità e del disagio di ragazze e ragazzi adolescenti, portando in scena storie che raccontano i loro bisogni e soprattutto le loro strategie per superare i momenti difficili.

Il supermercato Coop di viale Campari, uno degli 85 punti vendita di Coop Lombardia, aveva già ospitato nello scorso mese di giugno il monologo "Seduta di terapia", spettacolo incentrato sul percorso psicoterapeutico di una giovane donna alle prese con ansie, paure e con il peso di una

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

società che impone modelli di successo e performance. Il nuovo progetto rappresenta quindi un ulteriore tassello di un percorso culturale che mette al centro il benessere psicologico, soprattutto delle nuove generazioni, utilizzando il linguaggio dell'arte come strumento di inclusione, cura e partecipazione. «Di solito i teatri chiudono per far spazio ai supermercati, noi alla Coop cerchiamo di fare il contrario e addirittura apriamo un teatro nel nostro supermercato», ha spiegato Anastasia Mancini nel parlare di questa esperienza quantomai innovativa. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)

Coop e Cooperazione

Tutto pronto per Volterra Ad 1398 la festa medievale in due domeniche

Il 9 e 16 agosto l'esperienza immersiva dalla mattina alla notte Acquisti


VALDERA ▸ VALDICECINA

Audizione in commissione regionale per il rilancio della sanità volterrana

Il consigliere Eligi: «Arrivare a un documento unitario sul futuro del settore»

Tutto pronto per Volterra Ad 1398 la festa medievale in due domeniche

Il 9 e 16 agosto l'esperienza immersiva dalla mattina alla notte

Impianti sportivi, concessioni prorogate di sei mesi

Durante le due giornate della festa l'unica moneta in circolazione sarà il Grosso volterrano Volterra Agosto si avvicina e per il colle etrusco significa che i due appuntamenti della festa medievale sono sempre più imminenti. Volterra Ad 1398, infatti, torna a incantare con due scenari d'eccezione: il suggestivo centro storico, con i suoi austeri palazzi e le antiche piazze, e il parco archeologico, dominato dalla Fortezza medicea. L'apice della manifestazione è la "Giornata di festa nell'anno Domini 1398", domenica 9 e 16 agosto, da mattina a notte.

In queste giornate, spettacoli, rievocazioni, mercanti, artigiani, musici, giocolieri, popolani e nobili animano le vie e le piazze, regalando un'esperienza unica e immersiva. Un'occasione straordinaria per vivere l'atmosfera del Medioevo in una delle città più affascinanti della Toscana. Un evento molto sentito da tutta la cittadinanza; numerosi sono infatti i gruppi storici, le associazioni, i volontari e i Volterrani che partecipano come spettatori rendendo Volterra Ad 1398 una festa della città.

Durante la manifestazione il "Grosso volterrano" sarà l'unica moneta in circolazione. Prodotti artigianali, pietanze, vino e ogni altra cosa potranno essere acquistati con questa moneta, disponibile a "L'Offizio Cambio".

Un grosso, moneta di rame vale un euro, cinque grossi, moneta d'oro, 5 euro. Le monete non utilizzate potranno essere convertite in euro all'Ufficio turistico in piazza dei Priori 19.

Per accedere al circuito e partecipare alla festa è necessario pagare un biglietto d'ingresso: intero, 13 euro; ridotto per under 18, over 65, soci Unicoop Firenze, 10 euro; gratuito per bambini under 12. Dalle 21 vale per tutti il biglietto ridotto del valore da 10 euro. I biglietti si acquistano alle biglietterie della festa e devono essere convertiti in braccialetto nelle apposite postazioni. Il braccialetto deve essere indossato e dà diritto a entrare e uscire dalla festa senza problemi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Messaggero (ed. Viterbo)

Coop e Cooperazione

Archeologia, nel Parco Palombini l'ultimo incontro di "Tra terra e mare"


Viterbo provincia

Arte Festival protagonista a Proceno
Otto giorni di eventi tra musica e teatro

Il monastero cambia guida
Nuova badessa per sei anni

Archeologia, nel Parco Palombini
l'ultimo incontro di "Tra terra e mare"

L'INIZIATIVA Prosegue a Tarquinia, Tra Terra e Mare 2026, il ciclo di conferenze dedicate all'archeologia promosso dalla Società Tarquiniense d'Arte e Storia. Il penultimo appuntamento è in programma giovedì 30 luglio, alle 21.30, nella suggestiva cornice del Parco Palombini, nel centro storico di Tarquinia. Ospite della serata sarà Luca Mocchegiani Carpano, che accompagnerà il pubblico in un intenso ricordo del padre Claudio, tra le figure più autorevoli e innovative dell'archeologia subacquea italiana. «L'archeologia è esplorazione, è avventura, è compresenza. Archeologia è, anche, odori, impressioni, contatto con la terra smossa dopo secoli. Così, almeno, voglio sia la mia». Queste parole sintetizzano la visione di Claudio Mocchegiani Carpano, primo funzionario archeologo autorizzato a dirigere direttamente i cantieri archeologici subacquei in Italia. Nel corso della sua carriera è stato vicedirettore e successivamente direttore del Servizio Tecnico per l'Archeologia Subacquea del Ministero per i Beni Culturali, fino al pensionamento, ricoprendo inoltre il ruolo di ispettore onorario per l'Archeologia Subacquea del Ministero della Cultura. A raccontarne il percorso umano e professionale sarà il figlio Luca Mocchegiani Carpano, esperto nell'organizzazione, gestione e coordinamento di attività nel settore dei beni culturali e oggi direttore del Centro studi e ricerche "Claudio Mocchegiani Carpano", nato per valorizzarne l'eredità scientifica e promuoverne gli studi. Da sempre impegnato nella ricerca archeologica, sia terrestre sia subacquea, ha maturato una significativa esperienza anche nel settore del restauro, operando in interventi in quota e in cavità naturali e artificiali, per enti pubblici e privati, in Italia e all'estero. Il ciclo Tra Terra e Mare 2026 è organizzato con il patrocinio del Ministero della Cultura e del Comune di Tarquinia. Sostengono l'iniziativa Unicoop Etruria Sezione Soci Etruria e Assonautica Provinciale di Viterbo. U. B. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Concorrenza GDO

Supermercato la sostenibilità fa bene agli affari

La grande distribuzione, con margini in diminuzione e consumi più deboli, ripensa il proprio modello di business: la responsabilità sociale e ambientale diventa anche strumento di gestione

VITO DE CEGLIA


Supermercato
la *sostenibilità*
fa bene agli affari

Per la grande distribuzione si è chiusa una stagione. Il modello che ha sostenuto la crescita del settore, basato sull'espansione della rete commerciale, sull'ampliamento dell'offerta e sulla continua ricerca di efficienza, mostra oggi i suoi limiti. Margini sotto pressione ovvero sempre più ridotti, consumatori più prudenti, costi operativi elevati e nuove regole europee impongono un ripensamento del modello di business.

La sfida non è più soltanto aumentare le vendite, espandersi o adeguarsi agli obblighi normativi. Oggi la competitività dipende dalla capacità di controllare i consumi energetici, rendere più efficiente la logistica, ridurre gli sprechi, rafforzare la filiera e valorizzare i dati attraverso l'intelligenza artificiale.

Lo conferma l'ultima edizione di The State of Grocery Retail Europe 2026, lo studio realizzato dalla società di consulenza McKinsey ed EuroCommerce, secondo cui le vendite nei supermercati europei sono cresciute del 3,4 per cento nel 2025, mentre i volumi si sono fermati allo 0,6. Ancora più debole è l'orizzonte delineato dal rapporto: da qui al 2030 la crescita dei volumi è attesa in appena lo 0,2 per cento l'anno.

Con consumi destinati a rimanere sostanzialmente stagnanti, McKinsey osserva che i margini non si recuperano più aprendo nuovi punti vendita o trasferendo gli aumenti sui prezzi. Il valore si costruisce soprattutto dietro lo scaffale, migliorando l'efficienza operativa, l'organizzazione della filiera, l'ottimizzazione delle risorse e il controllo dei costi. In questo contesto anche la sostenibilità cambia natura: da obiettivo di responsabilità ambientale e sociale diventa uno strumento di gestione, capace di incidere direttamente sulla competitività delle imprese.

Le analisi di Federdistribuzione mostrano come questo cambiamento stia già interessando tutti gli ambiti chiave della distribuzione moderna italiana, a partire dalla governance. In sette casi su dieci la sostenibilità è affidata a figure con responsabilità specifiche, segno che non è più confinata ai bilanci o a iniziative dedicate, ma è entrata stabilmente nei processi decisionali. A questo si affianca l'adeguamento ai nuovi standard europei di rendicontazione, già avviato da nove imprese su dieci.

La trasformazione è evidente anche nei punti vendita. Un supermercato è una struttura ad alta intensità energetica: refrigerazione, illuminazione e climatizzazione rappresentano le principali voci di spesa, mentre la logistica incide perlopiù sui costi operativi. Per questo l'efficienza dei consumi è diventata una priorità. Nell'ultimo biennio preso in esame (2022-2023), il comparto ha ridotto del 9% l'intensità

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

energetica rispetto al fatturato e più di otto imprese su dieci hanno realizzato interventi per migliorare l'efficienza nei punti vendita. Cresce inoltre l'attenzione verso la misurazione delle emissioni lungo l'intera catena del valore, utilizzata per individuare con maggior precisione le aree di intervento e orientare gli investimenti.

La stessa logica si estende alla gestione delle risorse. Gli imballaggi vengono ripensati per ridurne l'impatto sull'ambiente, i rifiuti sono monitorati con sistemi di tracciabilità e il recupero delle eccedenze alimentari entra nell'attività ordinaria delle imprese. Nel comparto alimentare tutte le aziende coinvolte collaborano con organizzazioni impegnate nella redistribuzione del cibo invenduto, mentre cresce l'adozione di politiche dedicate all'economia circolare per valorizzare materiali e prodotti che in p

assato sarebbero diventati un costo. La sostenibilità modifica il rapporto con i fornitori. Oggi non è più sufficiente garantire qualità, continuità delle forniture e convenienza economica. Diventano sempre più importanti tracciabilità, rispetto di criteri ambientali, sociali e capacità di condividere obiettivi comuni lungo tutta la filiera. Già oggi oltre otto imprese su dieci integrano requisiti di sostenibilità nella selezione dei fornitori e oltre tre quarti ha avviato co

llaborazioni dedicate a questi temi. Cambia infine il rapporto con il consumatore. Qualità, sicurezza e trasparenza restano elementi centrali, ma cresce l'attenzione verso prodotti capaci di coniugare qualità e convenienza con l a sostenibilità, anche grazie allo sforzo per incoraggiare comportamenti di acquisto più responsabili. La marca del distributore diventa uno degli strumenti attraverso cui le insegne possono sviluppare prodotti con caratteristiche di sostenibilità e trasferire queste scelte nell'offerta quotidiana. Allo stesso tempo, acquista peso il dialogo con i clienti e la raccolta dei loro feedback, sempre più utilizzati per migliorare assortimenti, servizi e strategie commerciali.
©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Repubblica

Concorrenza GDO

La collaborazione con fondazione Airc

Anche i clienti sostengono la ricerca

La collaborazione tra Esselunga e Fondazione Airc (in foto, alcuni ricercatori) unisce sostegno alla ricerca oncologica e promozione della prevenzione. Nel 2025, i clienti hanno potuto convertire i punti del programma fedeltà Fidaty in donazioni per finanziare la ricerca sui tumori pediatrici. L'iniziativa ha raccolto oltre 1,7 milioni di euro, consentendo di sostenere dieci progetti di ricerca. Nel 2026 la campagna "Una spesa che conta" ha destinato altri 646.400 euro al finanziamento di circa 800 progetti oncologici e borse di studio. Inoltre Esselunga è il primo firmatario del Manifesto "Ogni movimento conta", promosso da Fondazione Airc per diffondere stili di vita salutari e ridurre i principali fattori di rischio oncologico.



La Repubblica

Concorrenza GDO

Il progetto "Spesa antispreco"

Così le eccedenze continuano a restare risorse



Ridurre lo spreco alimentare è una delle priorità del Piano di sostenibilità 2026-2030 di Esselunga.

L'azienda interviene innanzitutto a monte, utilizzando sistemi previsionali che ottimizzano ordini e produzione, soprattutto nei reparti del fresco. Per i prodotti invenduti promuove inoltre il progetto "Spesa antispreco", che identifica gli articoli prossimi alla scadenza favorendone l'acquisto, e collabora con Too Good To Go. Il pilastro dell'iniziativa resta però la partnership con Fondazione Banco Alimentare, attiva da oltre vent'anni. Nel 2025 Esselunga ha donato oltre 1.800 tonnellate di alimenti, equivalenti a più di 3,7 milioni di pasti, raggiungendo circa 400 mila persone attraverso oltre 1.700 organizzazioni del Terzo Settore.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Concorrenza GDO

Educazione e inclusione

Amici e sport, investire nelle comunità e nel territorio



Tra le iniziative che meglio rappresentano il legame di Esselunga con il territorio c'è Amici di Scuola e dello Sport, il programma nato nel 2015 per sostenere scuole e associazioni sportive dilettantistiche. Attraverso la raccolta di buoni da parte dei clienti, gli istituti possono ricevere gratuitamente materiali didattici, attrezzature sportive e strumenti tecnologici. In dodici edizioni il progetto ha distribuito oltre 169 milioni di euro in premi.

Nel solo 2025 sono stati assegnati più di 14,5 milioni di euro a oltre 18 mila realtà, tra cui quasi 7 mila associazioni sportive. L'iniziativa si inserisce nella strategia di sostenibilità di Esselunga, per favorire educazione, inclusione e benessere, rafforzando il ruolo di scuola e sport come motori di crescita per le comunità locali.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Concorrenza GDO

Filiera, ambiente e comunità i tre pilastri di Esselunga


Filiera, ambiente e comunità i tre *pilastri* di Esselunga

Comunità, filiera e ambiente.

Sono i tre pilastri del Piano di sostenibilità 2026-2030 con cui Esselunga integra i principi di responsabilià ambientaler, sociale e di gestionale (Esg è la sigla in inglese) nelle decisioni strategiche e operative. Così la sostenibilità diventa una leva di valore per clienti, collaboratori, fornitori e territori. Nel 2025 Esselunga ha generato un impatto di 7,6 miliardi di euro di Pil, attivando oltre 109 mila posti di lavoro e distribuendo 3,2 miliardi di euro di redditi alle famiglie. Per ogni euro di valore generato dall'azienda se ne attivano altri 2,8 nell'economia italiana e ogni dipendente contribuisce a creare circa tre posti di lavoro lungo la filiera.

«In un contesto in cui alle imprese viene chiesto non solo di essere competitive, ma anche di generare valore duraturo, la sostenibilità è una responsabilità verso le persone, i territori e le comunità di cui facciamo parte», osserva Gabriele Villa, direttore generale di Esselunga. «Questo impegno affonda le sue radici nella nostra storia: nel modo in cui costruiamo i negozi, valorizziamo il territorio, sviluppiamo i nostri prodotti e costruiamo relazioni di fiducia con clienti e partner».

Il primo pilastro del Piano riguarda persone e comunità. Il 94% dei collaboratori è assunto a tempo indeterminato e dal 2018 sono state erogate circa 4 milioni di ore di formazione, affiancate da un sistema di welfare aziendale. Sul territorio il gruppo sostiene iniziative dedicate a scuola, sport, ricerca, cultura e contrasto allo spreco alimentare.

Il secondo asse riguarda filiera e prodotti. L'88% delle referenze a marchio è realizzato in Italia. Nel 2025 sono stati analizzati oltre 73 mila campioni, mentre negli ultimi anni l'offerta è stata ampliata con oltre 2.700 referenze sviluppate o rinnovate.

Il terzo pilastro riguarda clima e risorse. Nel 2025 il gruppo ha investito oltre 11 milioni di euro nell'efficienza energetica, ha portato a 87 gli impianti fotovoltaici installati e ha raggiunto il 92% di confezioni a marchio realizzate con materiali riciclati, riciclabili o compostabili. A questo si affiancano iniziative di economia circolare, con il recupero di 12,4 milioni di bottiglie in Pet, 118 mila chilogrammi di capsule di caffè esauste e 76 mila chilogrammi di oli vegetali usati, oltre a interventi di riqualificazione urbana e tutela della biodiversità.

«Negli ultimi anni abbiamo raggiunto obiettivi in ambito sociale, ambientale e di filiera, rafforzando il nostro impegno per la sostenibilità», conclude Astrid Palmieri, direttore corporate sustainability di Esselunga. «Il Piano 2026-2030 conferma la nostra volontà di sostenere persone e comunità, sviluppare filiere e prodotti sempre più responsabili e salvaguardare il pianeta, coinvolgendo tutti

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

gli stakeholder in una crescita condivisa e sostenibile».

- v.dc

La Repubblica

Concorrenza GDO

Palchi a ragazzi e famiglie

Teatro alla Scala, la cultura chiama i giovani



Dal 2021 Esselunga è "Fondatore permanente" del Teatro alla Scala di Milano, sostenendo le attività artistiche e culturali di una delle principali istituzioni musicali del Paese. La collaborazione punta soprattutto ad avvicinare le nuove generazioni alla musica e al teatro. Da questo impegno è nato "Un palco in famiglia", il progetto che riserva alcuni palchi del Teatro a ragazzi under 18 accompagnati da adulti, con tariffe agevolate per favorire la partecipazione delle famiglie. Nelle ultime quattro stagioni artistiche l'iniziativa ha coinvolto oltre 7.500 persone, con circa 2.000 partecipanti all'anno. Un progetto che rafforza il legame tra impresa, cultura e territorio, rendendo più accessibile il patrimonio culturale italiano. v. dc foto di Brescia e Amisano.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera (ed. Milano)

Concorrenza GDO

Esselunga di viale Piave Il restyling passa dal bar

Domani riapre lo storico supermercato: «Qui veniva Caprotti»

MARCO PESSINA


CRONACA DI MILANO

Esselunga di viale Piave
Il restyling passa dal bar

Domani riapre lo storico supermercato: «Qui veniva Caprotti»

Supermarket

DIFFIDA DALLE IMITAZIONI, SCEGLI SEMPRE L'ORIGINALE

RENGA
La certezza di scegliere
IL MEGLIO

ACQUISTO SCULTURE, QUADRI, OGGETTI E ANTIQUARIATO

Ha già in mano la busta gialla con l'inconfondibile logo. Attraversa la strada, i binari del tram 9, si ferma davanti alle transenne, ma ancora non può entrare nella rinnovata Esselunga di viale Piave. Dentro e fuori dal negozio si preparano gli ultimi ritocchi. Angelo, un domestico che lavora per due signore anziane del quartiere, si aspettava che la riapertura della storica Esselunga fosse lunedì. «Ero pronto ad andare all'attacco», scherza. E invece sarà domani il taglio del nastro con il sindaco Beppe Sala. Nel frattempo una residente, Alice, scatta una fotografia all'insegna. «Stiamo aspettando come se fosse Natale. Sono nata che già c'era questa Esselunga, ma non è la prima in assoluto», dice la donna indicando in direzione della sede «originale», in viale Regina Giovanna.

Pare sapere tutto del passato, ma è stupita delle novità che avrà sotto casa.

Appena varcate le porte scorrevoli, i clienti troveranno il bar Atlantic. Esselunga punta molto su questo servizio, che prende 90 metri quadrati al coperto e altri 150 di dehors nel cortile accanto. «I clienti troveranno un negozio riconoscibile, ma differente. Abbiamo fatto un restyling importante dando maggiore visibilità alla gastronomia, al marchio Elisenda, all'enoteca e al bar», commenta il direttore commerciale di Esselunga, Eugenio Neri. «Il punto di forza è stato far scoprire all'interno del bar le nostre proposte che poi si trovano all'interno dei punti vendita».

C'è il banco per i salumi affettati e i formaggi serviti. Allestite anche le «vasche» per il self-service del fresco e l'isola promozionale dei latticini.

L'enoteca conta oltre 700 etichette, con la consulenza di un sommelier. Gli spazi progettati dallo studio Nonis (la direzione dei lavori è di Tekne), appariranno più ariosi, complice l'amplimento di 100 metri quadrati. È questo uno dei tratti distintivi di Esselunga, che è valso a Bernardo Caprotti una laurea honoris causa in Architettura.

Proprio il patron della prima catena di supermercati in Italia - marchio che parla milanese - era solito fare tappa in viale Piave. Svela l'aneddoto l'attuale direttore del negozio Paolo Campelli, che ha cominciato la sua carriera 31 anni fa proprio qui come rifornitore, per poi scalare le posizioni, da assistente a caporeparto e poi vicedirettore. «Il dottor Caprotti veniva in questo store ogni sabato per la riunione con la dirigenza della rete vendita».

Entro la fine dell'anno la fine dei lavori, con la profumeria del Gruppo, un angolo di parafarmacia, un parrucchiere con estetista. «Con tutti questi servizi, in pratica entreremo e non ci faranno più uscire», prevede con un tocco di ironia Susanna, una cliente affezionata mentre porta a passeggio il

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

cane. Il format, ormai consolidato, punta così a differenziare e implementare le fonti di reddito e porterà a giustificare l'investimento e il periodo di chiusura di oltre un anno di una sede importante in termini di fatturato (la sospensione di viale Piave nel 2025 ha penalizzato le vendite del gruppo per circa 23 milioni di euro).

Negli ultimi cinque anni, in Lombardia Esselunga ha riqualificato in modo impattante 15 supermercati, 31 gli ammodernamenti. E sta aprendo negozi più piccoli, a misura di quartiere perché dal Covid e con l'inflazione le abitudini dei consumatori sono cambiate.

Spesa più frequente, meno sprechi, maggior risparmio.

Nel 1973, anno di apertura di viale Piave, l'introduzione dell'Iva contribuì a far schizzare i prezzi. La politica cercò di bloccare quelli dei beni essenziali, Esselunga sui volantini inaugurali propose lo slogan «Prezzi chiari amicizia lunga». Con il caro-vita che avanza, non sembra passato poi molto.

La Prealpina

Concorrenza GDO

Dopo l'annuncio dell'arrivo del primo Esselunga bustocco a Sant'Edoardo il quartiere si interroga

«Se porta ordine e persone ben venga il supermercato»

I residenti e chi gestisce attività commerciali sperano in una svolta positiva

ELISA RANZETTA


«Se porta ordine e persone ben venga il supermercato»
I residenti e chi gestisce attività commerciali sperano in una svolta positiva
Un solo panettiere circondato dalla Gdo

Non tutto il male, forse, viene per nuocere. Fa discutere in città la prospettiva che all'angolo tra via Monti e via Magenta, zona stazione delle Nord, sorga un nuovo supermercato. Il via libera della giunta di Emanuele Antonelli all'adozione del piano urbanistico è arrivato nei giorni scorsi e la nuova Esselunga - ammesso che siano confermate le ipotesi circa il marchio in arrivo, per cui manca ancora l'ufficialità - si candida a diventare il quarto supermercato nell'arco di cinquecento metri. Due, in particolare, sono proprio lì attaccati. Ma se è vero che a Sant'Edoardo nessuno, dal punto di vista strettamente pratico, sentiva la mancanza di una nuova struttura della grande distribuzione, altrettanto vero è che in una zona come via Magenta - dove sono diverse le serrande abbassate che si susseguono - si spera nella rinascita di un'area ferma da tempo. «Ben venga» «Se tengono in ordine, meglio dell'abbandono che c'è adesso», il commento di chi abita accanto agli stabili dismessi destinati ad essere abbattuti per far posto al nuovo supermercato. E anche tra i commercianti c'è chi spera nell'effetto traino: «Porterà persone», l'auspicio espresso ieri dall'esercente che vende elettrodomestici sul lato opposto dei semafori. Dita incrociate anche nella panetteria vicino all'Unes, sperando che alla fine non apra un discount. Desolazione e nuova viabilità Basta guardare quel che dovrebbe essere abbattuto per dare ragione alla donna che ieri era ben contenta che qualcosa si muova. Da casa sua vede quel che sta lì ad invecchiare nell'area dismessa e spera nel supermercato: le inferriate alle finestre dello stabile deserto impediscono le intrusioni «ma è tutto abbandonato», ricorda la donna. A far piacere a molti è anche la prospettiva della rotonda prevista all'incrocio tra via Vincenzo Monti e la via Magenta e allo stesso modo fa gola l'arrivo di nuovi parcheggi, in una zona dove trovare posto - con le auto dei pendolari a riempire gli stalli - non è uno scherzo.

Effetto traino A sperare nell'effetto traino è soprattutto chi negli anni ha investito sull'asse che separa Sant'Edoardo e Sacconago. «In questa zona c'è un grande potenziale, ma i bustocchi non sono abituati, molti non conoscono quel che c'è. Speriamo che il supermercato porti persone», l'auspicio da dietro il bancone del negozio di elettrodomestici. Per contro il timore è che l'apertura impoverisca ancora di più un tessuto commerciale già delicato in termini di negozi di vicinato, con le serrande di chi ha chiuso nel corso degli anni rimaste abbassate. «Sacconago è già senza negozi», ricordava ieri mattina una sarta in pensione. Il progetto Quel che è certo è che il progetto passato al vaglio della giunta Antonelli promette di togliere di mezzo lo stato di abbandono dell'area accanto al posteggio usato dai pendolari. Nel prospetto sottoposto all'esecutivo dall'operatore, verso via Monti dovrebbe affacciarsi una parte verde in continuità con il progetto in corso di realizzazione in zona stazione, mentre i parcheggi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sono previsti nella porzione di sedime verso via Magenta e verso via Castelmorrone. È programmata inoltre la sopraelevazione del piano stradale all'incrocio Magenta-Castelmorrone-Crimea, in modo da costringere le auto a rallentare e dare la possibilità a pedoni e biciclette di attraversare in maniera più sicura di quanto non accada oggi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Gazzetta di Modena

Concorrenza GDO

Inaugurati i due nuovi Conad City «Salvaguardati 23 posti di lavoro»

Nuova vita per gli ex Ecu di corso Cavour e Sigma di via San Giovanni Bosco


MODENA

Inaugurati i due nuovi Conad City «Salvaguardati 23 posti di lavoro»

Nuova vita per gli ex Ecu di corso Cavour e Sigma di via San Giovanni Bosco

Musei e orto botanico, il direttore Badia lascia dopo dieci mesi

Aperti a Modena i due nuovi Conad City in corso Cavour e in via San Giovanni Bosco. I supermercati, già conosciuti e radicati nel territorio modenese (sono gli ex Ecu e Sigma), entrano nella rete Conad dopo l'acquisto all'asta nell'ambito della crisi del gruppo Realco e continueranno ad essere guidati da Francesco Gavioli, già attivo da anni nel settore della grande distribuzione, che ha scelto di intraprendere un nuovo percorso imprenditoriale entrando a far parte di Conad Nord Ovest come socio. Un ingresso che porta con sé esperienza, conoscenza del territorio e continuità nel rapporto con i clienti.

Il nuovo impulso alle due attività rappresenta un'opportunità di crescita per punti vendita che da anni costituiscono un riferimento per i rispettivi quartieri e consente al tempo stesso di salvaguardare tutti i posti di lavoro, confermando la squadra di 23 collaboratori che continuerà ad accogliere quotidianamente i clienti nei due supermercati.

Con il passaggio all'insegna Conad City, i clienti potranno contare su un'offerta ancora più ampia, con particolare attenzione ai freschi e freschissimi, alle eccellenze del territorio e alle specialità della linea I Nostri Ori. L'assortimento si arricchisce inoltre delle referenze a marchio Conad e delle linee dedicate a specifiche esigenze e stili di vita, come Verso Natura Conad, Alimentum, PiacerSi e Conad Percorso Qualità. Completano la proposta le eccellenze regionali italiane di Sapori&Dintorni e la linea Sapori&Idee, pensata per chi ama sperimentare in cucina nuovi gusti ed esperienze, insieme alle linee Essentiae ed Essentiae Lab dedicate alla cura della persona, a Conad Baby per l'alimentazione e il benessere dei più piccoli e a Conad Petfriends, con prodotti e accessori pensati per gli animali domestici.

Per celebrare la riapertura, i nuovi clienti che sottoscriveranno la Carta Insieme o Carta Insieme Più Conad riceveranno un bonus di benvenuto pari a 1.000 punti miPremio. «Entrare a far parte di Conad Nord Ovest come socio e riaprire i due supermercati di via Cavour e via San Giovanni Bosco sotto l'insegna Conad City rappresenta per me e per tutto il team l'inizio di una nuova fase professionale - ha detto Gavioli - Poter avviare questo percorso imprenditoriale all'interno del sistema Conad rappresenta un'opportunità importante, che affrontiamo con entusiasmo e responsabilità insieme a tutta la squadra. Vogliamo continuare ad essere un riferimento per le persone che ogni giorno scelgono questi punti vendita per la propria spesa, mantenendo quel rapporto di fiducia costruito negli anni e la professionalità che ha sempre contraddistinto

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

il nostro lavoro. L'ingresso nella rete Conad ci permette di ampliare la nostra offerta e introdurre nuovi servizi, valorizzando i prodotti freschi, le eccellenze del territorio e offrendo ai clienti un'esperienza di spesa ancora più completa, nel segno dei valori che da sempre caratterizzano l'insegna: qualità, convenienza, servizio e vicinanza alle comunità locali». I due punti vendita sono stati oggetto di un intervento di riqualificazione. Tra gli interventi realizzati, impianti di refrigerazione di ultima generazione e un sistema di illuminazione interamente a Led. Sono aperti dal lunedì al sabato dalle 8 alle 20 e alla domenica dalle 9 alle 13. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Il Conad di via Di Palma a Taranto si presenta con un layout completamente rinnovato


Distribuzione Moderna

Il Conad di via Di Palma a Taranto si presenta con un layout completamente rinnovato

07/27/2026 12:32

Ha riaperto le porte il Conad di Via Di Palma 84 a Taranto, completamente rinnovato, con un'attenzione particolare ai freschissimi , ai prodotti del territorio e a una gamma di nuovi servizi. Il progetto di restyling ha interessato l'intera superficie di vendita, con un nuovo layout che valorizza i reparti, rende più funzionale il percorso di spesa e conferma il negozio come punto di riferimento per gli acquisti quotidiani nel centro cittadino. Presidio di prossimità Situato nella centralissima Via Di Palma, storica via dello shopping e della vita cittadina, il negozio rappresenta un presidio di prossimità per residenti, lavoratori e visitatori. Il rinnovamento rafforza la presenza di Conad Adriatico sul territorio e testimonia l'impegno della Cooperativa a investire in negozi sempre più vicini alle esigenze delle comunità, valorizzando le filiere locali e le eccellenze agroalimentari pugliesi. "La riapertura del Conad di Via Di Palma rappresenta un esempio concreto del percorso di sviluppo con cui Conad Adriatico continua a investire sui territori, evolvendo la propria rete di punti vendita per rispondere ai cambiamenti nelle abitudini e nelle esigenze delle comunità – dichiara Antonio Di Ferdinando, amministratore delegato di Conad Adriatico –. Ogni progetto di rinnovamento nasce dalla volontà di rafforzare il nostro modello di prossimità, mettendo insieme qualità dell'offerta, innovazione dei servizi, valorizzazione delle produzioni locali e attenzione alle persone. Attraverso investimenti come questo confermiamo il nostro impegno nel creare valore per i territori in cui operiamo, insieme ai nostri Soci, ai nostri collaboratori e ai nostri clienti ". "Con Sapore" è la new entry Tra le principali novità spicca la nuova area ristoro "Con Sapore" , uno spazio dedicato a chi desidera concedersi una pausa o cerca soluzioni pratiche per il pranzo e la cena. L'offerta comprende specialità gastronomiche e piatti pronti, caldi e freddi, da consumare sul posto o da portare a casa, arricchendo ulteriormente i servizi del negozio. Restyling per tutti i reparti Il rinnovamento ha interessato tutti i reparti, con un percorso di spesa pensato per valorizzare qualità, freschezza e specializzazione. L' ortofrutta accoglie i clienti con un assortimento ancora più ricco di prodotti di stagione e delle migliori produzioni del territorio, affiancato dall'area "Pronti dell'orrto" e da servizi come il taglia-ananas e lo spremiagrumi Particolare attenzione è riservata anche ai reparti serviti. Il Pane & Pasticceria propone ogni giorno un'ampia selezione di prodotti freschi e ricette della tradizione, mentre il reparto Salumi & Latticini amplia il proprio assortimento con specialità locali e uno spazio dedicato alla Prosciutteria La Cucina offre ogni giorno un'ampia proposta di piatti pronti e preparazioni pensate per coniugare qualità e praticità. La Pescheria valorizza il pescato locale e nazionale attraverso un banco assistito che privilegia qualità e stagionalità, mentre la Macelleria

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

propone una selezione dei migliori tagli, con particolare attenzione alle produzioni del territorio e alle filiere italiane. Ad arricchire l'offerta sono presenti i corner tematici dedicati alle nuove esigenze di consumo sempre più diversificate. Spazio alla Mieloteca , con una selezione di mieli provenienti da diverse produzioni apistiche; a Il Proteico , con prodotti dedicati a chi segue specifici stili alimentari; e a Sapori dal Mondo , con una selezione di specialità alimentari provenienti da diversi Paesi. La proposta commerciale è completata da un'ampia Cantina , con una selezione di vini e bollicine che valorizza le eccellenze locali e nazionali. Focus su localismi e sostenibilità Particolare attenzione è riservata al localismo , con un assortimento di oltre 150 referenze che valorizza le eccellenze del territorio pugliese. Dai vini ai prodotti caseari, dai salumi ai panificati, fino alla pasta, il punto vendita propone una selezione di specialità locali, espressione della tradizione gastronomica e della qualità delle produzioni regionali In linea con l'impegno ambientale di Conad Adriatico , il negozio adotta le migliori soluzioni in ottica di sostenibilità, tra cui un sistema di illuminazione Led a basso consumo e impianti di refrigerazione ad elevata efficienza energetica. Il nuovo Conad si estende su un'area vendita di oltre 1.300 mq , con annesso lo spazio "Con Sapore" di circa 90 mq . Il negozio è dotato di sei casse tradizionali, una delle quali dedicata all'area ristoro, quattro casse self-service e impiega 28 addetti . L'orario di apertura è dal lunedì al sabato dalle 8.00 alle 21,00, domenica dalle 09.00 alle 20.00.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Video: Conad inaugura a Firenze il nuovo format Benessity

Video: Conad inaugura a Firenze il nuovo format Benessity Conad ha aperto a Firenze il nuovo concept Benessity , un format interamente dedicato al benessere, nato dall'esperienza ventennale dell'insegna nell'ambito del settore parafarmaceutico Conad Nord Ovest , dunque, diventa la prima cooperativa Conad a introdurre il nuovo store sul proprio territorio, offrendo ai clienti un punto vendita concepito per mettere al centro i bisogni della persona a 360 gradi, dall' assortimento food caratterizzato da alimenti free from e adatti a una dieta sana ed equilibrata, consulenze professionali e parafarmacia . Abbiamo approfondito tutte le caratteristiche del nuovo format con Adamo Ascari, amministratore delegato di Conad Nord Ovest , il direttore generale Marco Brambilla , e Francesco Avanzini, direttore generale di Conad , che ha fornito un quadro generale del mercato del benessere, sia a livello globale, sia nazionale.


Distribuzione Moderna

Video: Conad inaugura a Firenze il nuovo format Benessity

07/27/2026 14:50 Federica Bartoli

Video: Conad inaugura a Firenze il nuovo format Benessity Conad ha aperto a Firenze il nuovo concept Benessity , un format interamente dedicato al benessere, nato dall'esperienza ventennale dell'insegna nell'ambito del settore parafarmaceutico Conad Nord Ovest , dunque, diventa la prima cooperativa Conad a introdurre il nuovo store sul proprio territorio, offrendo ai clienti un punto vendita concepito per mettere al centro i bisogni della persona a 360 gradi, dall' assortimento food caratterizzato da alimenti free from e adatti a una dieta sana ed equilibrata, consulenze professionali e parafarmacia . Abbiamo approfondito tutte le caratteristiche del nuovo format con Adamo Ascari, amministratore delegato di Conad Nord Ovest , il direttore generale Marco Brambilla , e Francesco Avanzini, direttore generale di Conad , che ha fornito un quadro generale del mercato del benessere, sia a livello globale, sia nazionale.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Alimentando

Concorrenza GDO

Un ragionamento sul retail media sviluppato in Benessity di Conad nord ovest a Firenze. La cura degli abbinamenti


Alimentando

Un ragionamento sul retail media sviluppato in Benessity di Conad nord ovest a Firenze. La cura degli abbinamenti

07/27/2026 08:36

Il retail media è una strategia pubblicitaria in cui i negozi (fisici o digitali) vendono spazi promozionali ai brand. Sfruttando i dati proprietari (es. carte fedeltà, abitudini di acquisto), permette alle aziende di mostrare annunci altamente mirati ai consumatori proprio nel momento in cui stanno facendo acquisti. Come funziona e dove si applica Il retail media si articola principalmente in tre canali: On-site: annunci pubblicitari (banner, video, prodotti sponsorizzati) posizionati all'interno dell'e-commerce o dell'app del rivenditore, simili allo scaffale di un supermercato. Off-site: l'uso dei dati raccolti dal negozio per indirizzare campagne pubblicitarie mirate su siti web, social network o motori di ricerca esterni. In-store: pubblicità fisica o digitale all'interno dei negozi tradizionali (es. schermi digitali, cartellonistica interattiva). Vantaggi principali Per i brand: permette di raggiungere un pubblico pronto all'acquisto e di misurare chiaramente il ritorno sull'investimento (ROI). Per i rivenditori: trasforma i propri spazi e il patrimonio di dati in una nuova e redditizia fonte di guadagno. Detto questo in linea teorica ecco come Benessity di Conad nord ovest ha sviluppato alcuni punti di retail media in modo soddisfacente. Da notare nel filmato qui sopra la comunicazione sugli schermi digitali: è molto efficace, a volte spiega il bisogno e la sua soluzione, altre volte la sola soluzione. Al di sotto della comunicazione i merchandiser hanno sviluppato alcune applicazioni basate su 1 o più prodotti di un brand, altre volte su più brand. Il brand e il prodotto scelto diventano così testimonial dello sviluppo del bisogno diventando la soluzione. È un bel modo di fare retail media, senza mai dimenticarsi di abbinare la comunicazione del bisogno e la sua soluzione, il prodotto tramite il brand scelto

Il retail media è una strategia pubblicitaria in cui i negozi (fisici o digitali) vendono spazi promozionali ai brand. Sfruttando i dati proprietari (es. carte fedeltà, abitudini di acquisto), permette alle aziende di mostrare annunci altamente mirati ai consumatori proprio nel momento in cui stanno facendo acquisti. Come funziona e dove si applica Il retail media si articola principalmente in tre canali: On-site: annunci pubblicitari (banner, video, prodotti sponsorizzati) posizionati all'interno dell'e-commerce o dell'app del rivenditore, simili allo scaffale di un supermercato. Off-site: l'uso dei dati raccolti dal negozio per indirizzare campagne pubblicitarie mirate su siti web, social network o motori di ricerca esterni. In-store: pubblicità fisica o digitale all'interno dei negozi tradizionali (es. schermi digitali, cartellonistica interattiva). Vantaggi principali Per i brand: permette di raggiungere un pubblico pronto all'acquisto e di misurare chiaramente il ritorno sull'investimento (ROI). Per i rivenditori: trasforma i propri spazi e il patrimonio di dati in una nuova e redditizia fonte di guadagno. Detto questo in linea teorica ecco come Benessity di Conad nord ovest ha sviluppato alcuni punti di retail media in modo soddisfacente. Da notare nel filmato qui sopra la comunicazione sugli schermi digitali: è molto efficace, a volte spiega il bisogno e la sua soluzione, altre volte la sola soluzione. Al di sotto della comunicazione i merchandiser hanno sviluppato alcune applicazioni basate su 1 o più prodotti di un brand, altre volte su più brand. Il brand e il prodotto scelto diventano così testimonial dello sviluppo del bisogno diventando la soluzione. È un bel modo di fare retail media, senza mai dimenticarsi di abbinare la comunicazione del bisogno e la sua soluzione, il prodotto tramite il brand scelto.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Lidl si espande nel barese con il primo store a Terlizzi


Distribuzione Moderna

Lidl si espande nel barese con il primo store a Terlizzi

07/27/2026 12:32

A Terlizzi ha aperto un nuovo punto vendita Lidl, il 16esimo store dell'insegna tra il centro e la provincia di Bari. Un taglio del nastro che ha generato anche un impatto occupazionale significativo: sono infatti 21 i nuovi collaboratori del punto vendita , aperto dal lunedì al sabato dalle 8.00 alle 21.30 e la domenica dalle 8:00 alle 21:00. Punto vendita di ultima generazione Il nuovo store, con un'area vendita di oltre 1.200 mq , è frutto di un intervento immobiliare realizzato secondo i più elevati standard aziendali di attenzione al contesto circostante e rappresenta un supermercato di ultima generazione con classificazione energetica A4 L'immobile, alimentato interamente da energia proveniente da fonti rinnovabili, integra un impianto fotovoltaico da 118 kWp e sistemi di illuminazione a Led che riducono i consumi del 50% Il design della struttura è caratterizzato da ampie vetrate che favoriscono la luminosità naturale, mentre l'area esterna ospita un parcheggio da oltre 100 posti auto , attrezzato con una colonnina per la ricarica di veicoli elettrici. A conferma dell'impegno verso la comunità locale, Lidl ha inoltre realizzato un allargamento stradale di oltre 270 mq che ha successivamente ceduto al comune. Spesa smart All'interno del nuovo punto vendita, i clienti troveranno un reparto ortofrutta rifornito quotidianamente e un'area panetteria con specialità da forno dolci e salate. Tra i marchi più rappresentativi dell'insegna si distinguono Deluxe , brand premium dedicato alle eccellenze alimentari, e Italiamo , linea che valorizza la tradizione gastronomica dello Stivale. Fa parte della proposta anche una selezione di referenze vegetariane e vegane certificate a marchio Vemondo , aggiornata settimanalmente con nuovi prodotti in&out. Accanto a quelli alimentari, trovano spazio anche i marchi non-food, come Parkside , dedicato al bricolage e al giardinaggio, Crivit , gamma di abbigliamento e attrezzature sportive, e Silvercrest , il brand di strumenti ed elettrodomestici per la casa e la cucina. A completare l'esperienza di acquisto, i clienti possono usufruire di Lidl Plus , il programma di

A Terlizzi ha aperto un nuovo punto vendita Lidl, il 16esimo store dell'insegna tra il centro e la provincia di Bari. Un taglio del nastro che ha generato anche un impatto occupazionale significativo: sono infatti 21 i nuovi collaboratori del punto vendita , aperto dal lunedì al sabato dalle 8.00 alle 21.30 e la domenica dalle 8:00 alle 21:00. Punto vendita di ultima generazione Il nuovo store, con un'area vendita di oltre 1.200 mq , è frutto di un intervento immobiliare realizzato secondo i più elevati standard aziendali di attenzione al contesto circostante e rappresenta un supermercato di ultima generazione con classificazione energetica A4 L'immobile, alimentato interamente da energia proveniente da fonti rinnovabili, integra un impianto fotovoltaico da 118 kWp e sistemi di illuminazione a Led che riducono i consumi del 50% Il design della struttura è caratterizzato da ampie vetrate che favoriscono la luminosità naturale, mentre l'area esterna ospita un parcheggio da oltre 100 posti auto , attrezzato con una colonnina per la ricarica di veicoli elettrici. A conferma dell'impegno verso la comunità locale, Lidl ha inoltre realizzato un allargamento stradale di oltre 270 mq che ha successivamente ceduto al comune. Spesa smart All'interno del nuovo punto vendita, i clienti troveranno un reparto ortofrutta rifornito quotidianamente e un'area panetteria con specialità da forno dolci e salate. Tra i marchi più rappresentativi dell'insegna si distinguono Deluxe , brand premium dedicato alle eccellenze alimentari, e Italiamo , linea che valorizza la tradizione gastronomica dello Stivale. Fa parte della proposta anche una selezione di referenze vegetariane e vegane certificate a marchio Vemondo , aggiornata settimanalmente con nuovi prodotti in&out. Accanto a quelli alimentari, trovano spazio anche i marchi non-food, come Parkside , dedicato al bricolage e al giardinaggio, Crivit , gamma di abbigliamento e attrezzature sportive, e Silvercrest , il brand di strumenti ed elettrodomestici per la casa e la cucina. A completare l'esperienza di acquisto, i clienti possono usufruire di Lidl Plus , il programma di fedeltà che consente di accedere direttamente dal proprio smartphone a buoni sconto personalizzati, a promozioni esclusive, al programma di raccolta punti Lidl Points e ai volantini digitali.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Mattino di Padova

Concorrenza GDO

Aldi lascia Tencarola Salta il progetto del supermercato

L'opposizione: «Triplicato il valore del terreno in un anno»

GIANNI BIASETTO


Selvazzano - Rubano

Aldi lascia Tencarola Salta il progetto del supermercato

L'opposizione: «Triplicato il valore del terreno in un anno»

dalmazia

Espropri in vista per la Tav interrogazione in Consiglio

Rizzo racconta il Mose domani sera a Noventa

«Asili comunali, rette aumentate di 100 euro al mese»

Gianni Biasetto Selvazzano Pare sempre più probabile che la catena di supermercati con marchio Aldi, quasi sicuramente non aprirà un nuovo punto vendita a Tencarola, nell'area commerciale tra via Padova, via Dalmazia e via Forno. Stando ad alcune indiscrezioni la multinazionale tedesca avrebbe risolto il contratto preliminare con Euro Immobiliare spa, proprietaria dell'area che sarebbe tornata sul mercato proponendola ad altri operatori della grande distribuzione. «Che Aldi non sia più interessata ad aprire un punto vendita a Tencarola risulta anche a noi», afferma l'assessore all'Urbanistica e agli Affari Legali del Comune di Selvazzano, Gianluca Rizzadi. «Sembra che la multinazionale non sia intenzionata da ampliare i punti vendita in Italia. Staremo a vedere, trattandosi di un'area in mano ad un privato, il Comune ha approvato quanto di sua competenza, cioè l'iter urbanistico per trasformarla da residenziale e commerciale per rendere possibile la realizzazione di una media struttura di vendita». La notizia che l'area, che è stata oggetto di numerose polemiche da parte della minoranza del Consiglio comunale, che ritiene l'accordo tra Comune e privato non favorevole al Comune, e di un ricorso al Tar Veneto da parte di un operatore della zona che in passato ha stretto un accordo con il Comune a condizioni diverse, ha acceso la polemica soprattutto da parte del capogruppo di Noi per Selvazzano, Marco Destro, da sempre contrario alla realizzazione di un nuovo supermercato.

«La vicenda dell'area destinata alla realizzazione di una nuova struttura commerciale a Tencarola, assume contorni sempre più difficili da giustificare sotto il profilo dell'interesse pubblico», attacca Destro. «Il 10 dicembre 2025 Euro Immobiliare spa ha acquistato il compendio immobiliare per il prezzo complessivo di 930.000 euro. Successivamente aveva sottoscritto con Aldi un contratto preliminare che la multinazionale ora avrebbe risolto. La proprietà l'avrebbe rimessa sul mercato, proponendola ad altri operatori della grande distribuzione ad un prezzo molto più alto. Se la cifra di cui si parla fosse confermata - aggiunge il capogruppo di Noi per Selvazzano - in meno di un anno l'area avrebbe triplicato il proprio valore. Stiamo parlando della valorizzazione conseguente alla trasformazione urbanistica approvata dal Comune che in fase di accordo ha richiesto un contributo per la collettività di appena 72.570 euro e alcune opere viabilistiche collocate prevalentemente a servizio della nuova struttura commerciale».

L'assessore all'Urbanistica Rizzardi si dice all'oscuro della cifra con cui è stata rimessa sul mercato l'area. «Noi non abbiamo notizie in merito al prezzo a cui si riferisce il consigliere Marco Destro. Ripeto a noi risulta il disinteressamento di Aldi su quell'area e che molto probabilmente il privato la proporrà ad un nuovo operatore commerciale per la realizzazione di un punto vendita di media grandezza.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Mattino di Padova

Concorrenza GDO

Tutto il resto sono voci di piazza che non hanno alcuna conferma. Staremo a vedere». L'attuale amministrazione comunale di centrosinistra di Selvazzano, capeggiata dal sindaco Claudio Piron, si è trovata in eredità gli atti relativi alla trasformazione da residenziale e commerciale dell'area di Tencarola e i termini dell'accordo pubblico-privato. «Se avessimo interrotto l'iter - conclude Rizzardi - il privato che ha esercitato i propri diritti sulla base di accordi e atti legittimi, avrebbe potuto chiederci danni milionari». © RIPRODUZIONE RISERVATA

Corriere Romagna (ed. Forlì-Cesena)

Concorrenza GDO

CONTRO CORRENTE Augusto Patrignani

DISCOUNT LOCOMOTIVE COMMERCIALI


DISCOUNT LOCOMOTIVE COMMERCIALI

Il Rapporto sul commercio presentato da Confcommercio nazionale fotografa un settore in profonda trasformazione, una dinamica che interessa anche il Cesenate, dove il commercio continua a rappresentare uno dei pilastri dell'economia locale. L'evoluzione dei consumi, l'affermazione di nuovi modelli distributivi e la crescente competizione impongono alle imprese di innovare e riorganizzarsi per restare competitive. I dati evidenziano come i discount alimentari siano il comparto più dinamico del commercio italiano. Tra il 2018 e il 2025 i punti vendita sono aumentati del 7,4%, mentre il fatturato è cresciuto addirittura del 101,1%, più che raddoppiando. Un risultato che riflette il cambiamento nelle abitudini di acquisto delle famiglie, sempre più attente al rapporto qualità-prezzo dopo un periodo in cui i prezzi al consumo sono aumentati complessivamente del 19,8%. Parallelamente, prosegue la crescita dei canali alternativi al negozio tradizionale. Le attività legate all'e-commerce, alla vendita porta a porta e ai distributori automatici registrano un incremento del 13,6%, mentre il fatturato aumenta del 41,9%. Si tratta di una trasformazione che interessa anche il territorio cesenate, dove molte imprese hanno investito nella digitalizzazione, nell'integrazione tra punto vendita fisico e online e nei servizi alla clientela per rispondere a una domanda sempre più diversificata. Il rapporto conferma anche una tendenza ormai consolidata: diminuisce il numero dei negozi, ma cresce la dimensione media delle imprese.

In diversi comparti aumentano gli addetti pur in presenza di un minor numero di punti vendita, segnale di una progressiva concentrazione verso aziende più strutturate. È il caso dei supermercati e delle grandi superfici dedicate ai prodotti tecnologici, dove l'occupazione cresce dell'8,3%, e dei negozi di abbigliamento, calzature e gioielleria, che registrano un incremento degli addetti del 3,4%. Tra gli esercizi specializzati spiccano le farmacie, con un incremento del fatturato del 43,5%. Crescono anche i negozi per la casa e la persona (+28%) e quelli specializzati nei prodotti Ict (+25,5%). Continua invece il ridimensionamento di alcune attività tradizionali: edicole, librerie, cartolerie, negozi di giocattoli e di articoli musicali risentono della digitalizzazione dei consumi culturali. Gli ipermercati registrano una contrazione del fatturato dell'8,4% e il commercio ambulante segna un calo del 14,9%. Segnali di un mercato che privilegia formule commerciali più flessibili, integrate e vicine alle nuove esigenze dei consumatori.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Fruit

Concorrenza GDO

Il futuro del reparto ortofrutta si gioca fra ampiezza e profondità dell'assortimento


Italia Fruit

Il futuro del reparto ortofrutta si gioca fra ampiezza e profondità dell'assortimento

07/28/2026 06:07

I vertici della Gdo nazionale ne discuteranno al prossimo Carrello Frutta & Verdura Lo spazio fisico finito resta il principale punto di debolezza nei negozi rispetto all'on-line e questo ha contribuito al ridimensionamento dei primi in tutte le merceologie ad acquisto programmato su prodotti di qualità garantita. Nell'alimentare, per fortuna, l'acquisto d'impulso e la difficile programmazione del consumo hanno limitato il ruolo dell'e-commerce e nei freschi – ortofrutta in testa – la qualità variabile nel tempo e nello spazio ha relegato le vendite delle piattaforme digitali a fatti per ora assolutamente marginali. Infatti, lo spazio fisico è il limite maggiore alle possibilità di sviluppo degli assortimenti e, se facciamo mente locale, l'incremento della superficie media di supermercati e liberi servizi negli ultimi 15 anni è stata inferiore al 10%, quella degli iper si è addirittura ridotta di quasi il 20%, mentre solo i discount hanno conosciuto una crescita di superfice media superiore al 30% (per approfondimenti clicca qui). Gli assortimenti, viceversa, sono cresciuti esponenzialmente nel Largo consumo, sia per effetto della nascita di nuovi reparti, come integratori alimentari e aree free from, che per l'approfondimento degli esistenti, si pensi al pet food e alla gastronomia. L'ortofrutta non è stata indenne da questi fenomeni sia in termini di ampiezza, con nuove categorie - come frutta esotica, berries, residuo zero - che per approfondimento di quelle esistenti - che vale un po' per tutte - ma con fenomeni eclatanti per mele, pomodori e angurie. Il risultato, secondo le indagini della Think Fresh Academy di Agroter è che, mediamente, nell'arco di un decennio, tutti i format hanno più che raddoppiato le referenze del reparto, con i discount che le hanno addirittura triplicate. Significa un moltiplicatore dell'ordine del 10 e anche oltre rispetto all'evoluzione delle superfici medie dei negozi, che diventa anche più grande se si considera che la competizione con altri nuovi reparti non ha portato, salvo rari casi, a un aumento della superficie dell'ortofrutta proporzionale a quella del negozio. Dulcis in fundo, il confezionato a peso imposto, l'unica via concreta per aumentare le referenze senza aumentare lo spazio in modo proporzionale, è passato da una incidenza del 30% a volume del 2014 al 38% nel 2025 (esclusa IV e V gamma) nella somma di iper + super! Quindi, l'ortofrutta è il reparto strategico, quello che fa scegliere il negozio, ma è strabordante di categorie e di profondità nelle stesse oltre il limite della leggibilità, con spazi per referenza che sfidano le leggi della fisica. Non basta, perché in questo caos ordinato, la tattica spesso invalida la strategia . Casi eclatanti sono il ritorno delle patate sfuse, per chi - ormai la maggior parte delle famiglie - trova il kg e mezzo una confezione troppo grande e sceglie di comprare ciò che gli serve. Non sarebbe più corretto ridurre le retine e - con moltiplicatore 2 o, forse, 3 per spazio occupato - aumentare le referenze in vaschetta da 500 gr? Che dire poi dell'approfondimento

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

degli assortimenti di insalate miste in busta per logiche esclusive di sell in, quando è oramai chiaro che una busta mista vale l'altra nel percepito del cliente, anche perché quasi mai si trova l'insalata acquistata qualche giorno prima nello stesso posto e, ancora peggio, le basse rotazioni di questo pot-pourri portano all'attenzione solo data di scadenza ed eventuali condense. La morale è semplice: l'offerta sforna giornalmente novità più che innovazione - che pure non manca se la si sa riconoscere - ma gli spazi sono insufficienti a valorizzare tutto. La distribuzione deve fare scelte strategiche che supportino il reparto nell'ottica del cliente. Sul fronte dell'ampiezza premiando le categorie su cui maggiore è la possibilità di distintività in ragione del posizionamento: Il bio può essere una categoria di destinazione o di servizio, l'opzione giusta non è però la stessa per tutti i retailer. La profondità, poi, non va giocata sul sell in ma sulla prestazione, partendo dalla regola base che ogni referenza deve garantire una prestazione distintiva, se no va tolta. La sfida è complessa ma la posta in gioco è alta. Se è vero, come il Monitor Ortofrutta misura da tempo, che il cliente è sempre più errabondo, il primo risultato è garantirsi il ruolo di punto di vendita di riferimento per l'ortofrutta, visto che questo aumenta la frequenza di visita e la fedeltà. Cosa ne pensano i vertici della Gdo e come pensano di rispondere a queste esigenze? Lo scopriremo insieme il 2 Dicembre al Centro Congressi di Grand Tour Italia, alla presentazione della seconda edizione dell'Atlante del Retail al Carrello Frutta & Verdura. Non mancate.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Adriatico (ed. Macerata)

Concorrenza GDO

Riciclare la plastica conviene sconti in 27 esercizi della città

Da ieri è in funzione l'ecocompattatore nel parcheggio lungo la via Pompeiana a Santa Caterina Vitali, direttore di Asite: «Il cittadino usufruisce di agevolazioni, una forma di economia circolare»


Fermo

Gli impianti in funzione

1 Santa Caterina via Pompeiana

2 Campiglione

3 Viale Trento

Riciclare la plastica conviene sconti in 27 esercizi della città

Da ieri è in funzione l'ecocompattatore nel parcheggio lungo la via Pompeiana a Santa Caterina Vitali, direttore di Asite: «Il cittadino usufruisce di agevolazioni, una forma di economia circolare»

I RIFIUTI FERMO E sono tre. Da ieri è in funzione un nuovo ecocompattatore collocato nel parcheggio lungo la via Pompeiana nel quartiere di Santa Caterina. «Un progetto di successo l'ha definito Marco Amati dell'Asite noi con meno di 50mila abitanti inauguriamo oggi (ieri per chi legge) il terzo ecocompattatore. Gli altri due finora installati hanno funzionato bene».

Il premio Il Comune ha pure avuto il premio "Comuni ricicloni", e il Corepla che lo gestisce, visti i risultati degli altri due, ha concesso il terzo alla città. Se si considera quello in viale Trento di fronte allo stadio, installato a novembre 2025, e quello di Campiglione, vicino alla Casa dell'acqua, da gennaio a giugno sono state raccolte più di 26mila bottiglie in Pet. Tale infatti è la plastica che viene trattata da questo impianto. Il funzionamento è semplice: ci si avvicina, con il touch screen si dà il via all'operazione di conferimento, poi si mette la bottiglia non schiacciata nell'apposito spazio, con il codice a barre verso l'alto, e il nastro trasportatore la prende e la porta all'interno. E se la bottiglia non è in Pet, cioè in plastica di alta qualità, il macchinario non la prende. Sono ammesse tutte le bottiglie in Pet: quelle dell'acqua minerale e dei succhi di frutta, le bottiglie che contengono bibite analcoliche, quelle degli energy drink e le bottiglie del latte, da inserire dal lato del tappo. Terminato il conferimento, che può anche prevedere più bottiglie per ogni sessione (basta aspettare la luce verde per conferire) l'utente può dunque stampare uno scontrino con un qr code.

Il codice e l'App Installando l'app Recopet sul proprio smartphone, poi, e inquadrando il codice a barre, si otterranno dei punti spendibili in circa 27 esercizi e attività commerciali della città convenzionati, che offrono sconti o vantaggi. «Il cittadino commenta il direttore Asite, Andrea Vitali usufruisce di sconti e per questo c'è grande partecipazione di piccole attività.

Questa è una forma di premialità che mi piace considerare anche come forma di economia circolare». E le attività sono di vario genere: si va dal piccolo supermercato al negozio di alimentari, dalla farmacia (ce ne sono due) a una pizzeria, macelleria, gelateria, tabaccheria e parrucchieria comprese.

L'elenco L'elenco completo degli esercizi affiliati è affisso sulla facciata dell'impianto. Una volta al mese il Corepla porta via circa 200 chili di plastica.

Comune e Asite si sono messe in contatto con Corepla grazie anche alle comunità energetiche e Jaime Contu ha ricordato proprio la funzione di «connettore tra gli attori coinvolti e le comunità».

Il riciclaggio Di fatto quindi la bottiglia di plastica viene riciclata e tornerà a essere nuovamente

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

bottiglia, tra le applicazioni. Non c'è tessera, basta avvicinarsi e avere l'app sul telefono per sfruttare le premialità. Per cui è difficile anche stimare se l'elevato numero sia solo di fermani o meno: nelle zone dove ci sono già spesso arrivano anche dalle aree limitrofe. «Sono contento ha chiuso il sindaco Alberto Scarfini che si va verso la strada positiva del riciclo. Gli altri due hanno già tracciato un percorso virtuoso, il territorio è molto grande, ma già i primi numeri sono importanti. Si spera di continuare su questa strada e aumentare anche di molto, visto che ora gli ecocompattatori sono tre. É un servizio in più che offriamo alla cittadinanza». Chiara Morini © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

Sconto di 17 centesimi sul diesel Taglio delle accise fino al 6 agosto

Il ministro Giorgetti: operazione da 125 milioni. Il greggio torna sotto quota 90 dollari

CLAUDIA VOLTATTORNI


Sconto di 17 centesimi sul diesel
Taglio delle accise fino al 6 agosto
Il ministro Giorgetti: operazione da 125 milioni. Il greggio torna sotto quota 90 dollari
La Nota
SCHIERAMENTI IN ATTESA DI FRONTE A SFIDE DIVERSE
PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI
PALAZZO CHIGI

roma Diciassette centesimi di sconto al litro solo per il gasolio fino al 6 agosto a partire dalla mezzanotte di ieri. Il nuovo decreto Carburanti lo approva il Consiglio dei ministri ieri pomeriggio in una riunione rapida che include anche il nuovo prestito di 100 milioni di euro per l'ex Ilva, nel giorno della sentenza della Corte di Appello di Milano che impone la chiusura degli stabilimenti se non viene eliminato tutto l'amianto.

L'intervento sui carburanti dura appena 10 giorni, «perché la situazione evolve giorno per giorno», ma è «un unicum in Europa», ha poi spiegato in conferenza stampa il ministro dell'Economia Giancarlo Giorgetti, chiarendo che il nuovo sconto ha un costo di circa 125 milioni di euro, risorse che arrivano dalle accise mobili dal mese pregresso - «attendiamo agosto per usare quelle maturate a luglio» - dalle sanzioni antitrust e da risorse di bilancio. Ma, ha aggiunto Giorgetti, «la situazione è molto molto complicata, con due guerre che si intersecano, Russia e crisi di Hormuz, e che danneggiano Paesi come Italia e Germania». Sui social la premier Giorgia Meloni ha assicurato di «seguire giorno per giorno l'evolversi della situazione», promettendo di «fare tutto quello che possiamo per non lasciare soli i cittadini». Ma ha anche riconosciuto che il taglio sul gasolio «non risolve il problema, ma è una risposta tempestiva e responsabile tenendo in considerazione le poche risorse che abbiamo e un quadro in continua evoluzione».

E infatti è già fissato per il 4 agosto il prossimo Consiglio dei ministri: «Monitoreremo giornalmente l'andamento dei prezzi, le guerre hanno generato una tensione sul prezzo sul gasolio che non c'è sulla benzina, il governo non può non prenderne atto», ha detto Giorgetti.

Tra gli ultime rilevazioni, ieri la benzina era a 1,984 euro al litro contro i 2,186 euro a litro per il gasolio, in aumento rispetto al giorno prima. Ma il petrolio ha segnato un tonfo con il Brent in calo del 9,3% (89,14 dollari al barile) e il Wti dell'8,2% (82,78 dollari). Non ci sarà però alcun aumento delle accise sui tabacchi per finanziare il decreto: molto contrarie sia Lega che Forza Italia.

Il decreto - il quinto che taglia le accise da marzo, dall'inizio della crisi in Medio Oriente - proroga inoltre anche a luglio il contributo per gli autotrasportatori e prevede il credito d'imposta per gli agricoltori.

Troppo poco per le opposizioni che giudicano «insufficiente» l'intervento. «Pensavo Giorgetti scherzasse quando ha detto che interverranno solo sul gasolio - ha detto la leader Pd Elly Schlein -: e la benzina? È una risposta talmente insufficiente che non farà scendere il gasolio sotto i 2 euro». Il segretario

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

M5S Giuseppe Conte accusa Meloni: «Il messaggio per i cittadini è: arrangiatevi! Con zero tagli sui costi della benzina e un intervento con cui non si riuscirà a scendere sotto i 2 euro, nessuno ha il coraggio di mettere in campo misure serie e di impatto». Di altro parere la Cisl che giudica «positivamente la riduzione delle accise». Ma per i consumatori «è stato partorito un topolino» e il Codacons calcola un risparmio sul pieno di 8,5 euro. Intanto, ieri la Commissione europea ha dato il via libera al piano italiano da 300 milioni di euro per sostenere le imprese dell'autotrasporto che prevede un credito d'imposta fino a fine 2026 per compensare imposte e contributi. Bruxelles ha giudicato la misura «necessaria, adeguata e proporzionata».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

L'analisi

Per risolvere la crisi riduciamo i consumi

Davide Tabarelli


PER RISOLVERE LA CRISI RIDUCIAMO I CONSUMI

I prezzi della benzina a 2 euro per litro e del gasolio a 2,2 euro sono alti, perché rispettivamente in crescita di 30 e 50 centesimi rispetto ad un anno fa. Sono alti perché vicini ai massimi toccati sia ad inizio crisi di quest'anno, sia a quelli del 2022 dopo l'invasione russa dell'Ucraina. Non sono poi così alti, invece, rispetto a quello che ci poteva capitare e che, per una serie di ragioni, non è ancora accaduto. L'ammanco fisico di questi 5 mesi di guerra è dell'ordine del 10-15% dell'offerta. Tagli di entità più modesta in passato, come le riduzioni dei paesi Opec, o l'interruzione delle esportazioni di qualche Paese, hanno determinato aumenti di proporzione maggiore.

Non è alto il prezzo in termini reali, perché, tenuto conto dell'inflazione, il picco di 2,2 euro per il gasolio era già stato toccato nel 2012, quando il greggio era da anni sopra i 100 dollari. Allora, per i consueti tentativi iraniani di arricchire l'uranio, vi fu un inasprimento delle sanzioni contro Teheran che reagì minacciando la chiusura di Hormuz. Allora, solo la minaccia fece schizzare il Brent a 125 dollari, oggi, con la chiusura che dura da 5 mesi, fa fatica a stare a 90 dollari. È uno dei tanti paradossi originati dall'incertezza di quella che, come l'ha chiamata l'International Energy Agency (l'Agenzia internazionale dell'energia), è la più grave delle crisi della storia. Questo per dire che, per ora, siamo di fronte ad un mancato shock.

Vero è che sui prodotti sono evidenti maggiori criticità, più gravi di quelle del 2012, perché nel frattempo abbiamo chiuso raffinerie in Europa. Il petrolio non si consuma tal quale, ma va sempre lavorato per ottenere i derivati, il gasolio, la benzina, il cherosene, quelli che mancano.

Negli ultimi anni ci siamo affidati, noi europei, soprattutto alle importazioni da Russia e Medio Oriente per coprire il calo della produzione interna. Essendo, per diverse ragioni, bloccate le importazioni da queste aree, inevitabilmente i prodotti hanno tensioni maggiori, visto che anche nel frattempo la loro domanda è cresciuta. Nel 2025 i consumi di benzina, cherosene per aerei e gasolio nell' Ue sono superiori del 20% rispetto a quelli del 2010. I margini di raffinazione sono a livelli mai visti in passato oltre i 30 dollari per barile, quando in passato 3-5 dollari erano già un ottimo risultato.

Nella confusione della crisi, ridurre le tasse tende a far dimenticare questi problemi e a dare segnali sbagliati. Occorre ridurre i consumi, perché la crisi non è finita, perché questo è l'unico strumento che abbiamo a disposizione nel breve se la crisi si protrae. Nei primi sei mesi di quest'anno, i consumi di carburanti sulla rete, quella dove vanno a rifornirsi gli automobilisti, sono aumentati del 2% rispetto allo stesso periodo di un anno. Se la crisi fosse stata davvero grave, i consumi sarebbero calati.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

In effetti, quelli di gasolio sull'extra rete, il settore dei camionisti, segna un calo quasi del 4%, perché loro sono più sensibili al prezzo, ne consumano di più e, grazie agli sconti di cui già godono, risentono maggiormente degli aumenti avendo un prezzo più basso. Per questo, è meglio distinguere fra chi è colpito dai rialzi sui trasporti merci, da chi usa la macchina molto per svago e può farne a meno. Ai primi, ai camionisti, è meglio concedere aiuti sulle accise, come già accade, anche perché i loro costi sono poi quelli che finiscono a valle su tutti i beni trasportati e spingono di più sul tasso di inflazione. Chi non ha bisogno di riduzione delle tasse è una fetta di consumatori della rete carburanti, dove crescono i consumi, che ha reddito alto, viaggia con Suv e già oggi gode di un sistema fiscale poco progressivo. Poi abbiamo il debito, che cresce con il taglio delle accise, perché l'energia, e in particolare il petrolio, è la principale fonte di entrate per lo Stato con oltre 40 miliardi di euro all'anno, di cui 15 solo di Iva. Già la prima tornata di tagli dal 19 marzo al 3 luglio ci è costato 2 miliardi. Ridurre le tasse oggi, per poi scaricarle sul debito rinvia solo al futuro il pagamento della crisi, ma appesantisce il fardello del nostro debito. Infine, tagliare le tasse va anche a vantaggio di chi da anni dice che possiamo fare a meno del petrolio e delle raffinerie, quelle che mancano oggi, perché fra poco dovrebbe arrivare l'auto elettrica alimentata solo con fonti rinnovabili. Per ribadire che petrolio e derivati sono ancora importanti serve che i prezzi diano il segnale di scarsità che arriva dai mercati, non che vengano artificiosamente abbassati con più debito. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

larepubblica.it

Economia, consumi e società

Non compriamo più come una volta. E i negozi stanno imparando a seguirci


larepubblica.it

Non compriamo più come una volta. E i negozi stanno imparando a seguirci

07/27/2026 10:46 di Cristina Lazzati *

#InTendenza - Dai beni ai servizi, dalle grandi famiglie alle persone sole: il primo Rapporto sul Commercio di Confcommercio racconta come sono cambiati gli italiani e, con loro, i negozi. Meno punti di vendita, ma più organizzati e produttivi; il vero rischio è che diventino anche più lontani Per anni, abbiamo raccontato il commercio partendo dai negozi: chi apre, chi chiude, quali insegne crescono, quali arretrano. Il primo Rapporto sul Commercio di Confcommercio ribalta la prospettiva e suggerisce una lettura diversa. Prima ancora dei negozi sono cambiati gli italiani. Sono cambiate le famiglie, il tempo disponibile, l'età media, il modo in cui lavoriamo, mangiamo, ci spostiamo e perfino ciò che intendiamo per "fare la spesa". È da qui che bisogna partire per capire perché il commercio si stia trasformando così profondamente. Carlo Sangalli , presidente di Confcommercio, lo ha definito una "infrastruttura economica e sociale del Paese"; una formula che aiuta a comprendere perché parlare di negozi non significhi occuparsi soltanto di acquisti e fatturati. Significa parlare di città, servizi, relazioni e qualità della vita, ma soprattutto del modo in cui il commercio continua a seguire un consumatore che, come ha sottolineato lo stesso Sangalli, deve restare il punto di partenza di ogni riflessione. Anche il cibo racconta bene questa trasformazione. Un piatto pronto, un'insalata già lavata, una pizza da cuocere o una gastronomia evoluta non sono soltanto prodotti: incorporano tempo risparmiato, praticità, servizio. Trent'anni fa, molte di queste categorie avevano un peso marginale o non esistevano nemmeno; oggi, sono entrate stabilmente nelle abitudini di milioni di persone. Perfino il paniere Istat ha dovuto cambiare per fotografare consumi che non assomigliano più a quelli degli anni Novanta. Il punto è proprio questo: non siamo noi a essere cambiati perché i negozi sono cambiati. Sono i negozi ad avere dovuto inseguire una società diversa, più anziana, più frammentata, più sola, ma anche più esigente; una società che attribuisce un valore crescente al tempo e alla comodità. "Chi guida è il consumatore", è stata la sintesi scelta da Confcommercio: per comprenderne le traiettorie, però, oggi servono più dati e una capacità di lettura assai più sofisticata di quella richiesta in passato. È un cambiamento che spesso viene raccontato soltanto con la lente della nostalgia, come se fosse la storia delle serrande abbassate. Lo è anche, naturalmente; ma non solo. È il riflesso di un Paese che cambia composizione, abitudini e priorità, mentre il commercio cerca di restargli accanto. E, a dispetto dell'immagine di un settore poco innovativo, negli ultimi trent'anni il valore aggiunto per unità di lavoro è cresciuto del 61,3%, contro il 5,4% dei servizi nel loro complesso e l'8,7% dell'intera economia. Qui emerge il vero paradosso: dove il commercio rimane, diventa più efficiente e più resiliente; dove scompare, difficilmente riesce a rinascere da solo. Per questo, la questione non può essere lasciata esclusivamente al mercato, né risolta con qualche incentivo episodico.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il commercio è un'impresa, ma è anche una presenza; quando arretra dal territorio, il conto non arriva soltanto agli imprenditori. La definizione usata da Carlo Sangalli, "infrastruttura economica e sociale del Paese", acquista qui il suo significato più concreto. Un negozio non è una strada o una rete ferroviaria, naturalmente; ma in molti quartieri e nei piccoli centri svolge una funzione altrettanto essenziale , perché garantisce accessibilità, presidio, relazioni e autonomia, soprattutto per le fasce più fragili della popolazione. Anche il richiamo di Mauro Lusetti, vicepresidente di Confcommercio nazionale alla necessità di "costruire alleanze e ricucire fratture" può essere letto in questa prospettiva: non come un dibattito tra sigle, ma come l'invito a portare il commercio dentro le scelte sulla città, sui servizi e sulla coesione territoriale. Il nodo, dunque, non è riportare indietro le lancette, né difendere ogni serranda in quanto tale. È evitare che la razionalizzazione della rete commerciale produca nuove disuguaglianze geografiche. Perché un Paese con negozi più efficienti, ma concentrati soltanto dove conviene, rischia di diventare anche un Paese nel quale l'accesso ai servizi dipende sempre di più dal codice postale. *direttore di Markup e Gdoweek.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MF

Economia, consumi e società

Indice pmi Generali: per le aziende che offrono servizi e beni ai dipendenti la produttività può salire di oltre il 40%

Il welfare fa lievitare la redditività delle imprese

ANNA MESSIA


Sfida Usa sugli spi di Banca Ifis

Indice pmi Generali: per le aziende che offrono servizi e beni ai dipendenti la produttività può salire di oltre il 40%

Il welfare fa lievitare la redditività delle imprese

C'è una correlazione molto forte tra gli investimenti nel welfare a favore dei propri dipendenti e le performance industriali ottenute dalle imprese. Il dato emerge chiaramente dal Rapporto 2026 Welfare Index Pmi, l'iniziativa promossa da Generali Italia con il patrocinio della presidenza del Consiglio dei Ministri, del ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e del ministero delle Imprese, giunta quest'anno alla sua decima edizione. Le aziende con i livelli più alti di welfare registrano in particolare una produttività media superiore del 20% e una redditività superiore del 40,5% rispetto alla media nazionale e non solo. Quando nelle imprese vengono offerti ai dipendenti servizi e benefici a crescere significativamente è anche il fatturato.

«Dal report emerge chiaramente che il successo dipende dalla capacità delle imprese di integrare il welfare nella propria strategia, di sviluppare competenze gestionali e di coinvolgere i lavoratori. Quando questo accade il welfare diventa acceleratore di valore e generativo di ricchezze per le aziende, capace di incidere sul clima aziendale e sulla capacità di attrarre e trattenere talenti», dice Massimo Monacelli - General Manager, Generali Italia, «In pratica non è più solo una componente di costo e una leva fiscale, ma un investimento che produce ritorni economici».

All'edizione 2026 del Welfare Index Pmi di Generali hanno partecipato in particolare 7 mila imprese, più che triplicate rispetto alla prima edizione del 2016 e dall'analisi emerge che c'è una consapevolezza crescente del ruolo del welfare con il 76,5% delle aziende censite che ha raggiunto un livello medio di offerta ai propri dipendenti, e un terzo che si colloca nel livello alto o molto alto. Soprattutto cresce il numero delle imprese che lo utilizza come leva strategica, passato in 10 anni dall'8,5 al 19%. Per quanto riguarda la tipologia di servizi offerti ai propri dipendenti ad essere apprezzati sono in particolare quelli per la salute e l'assistenza «ma anche la previdenza complementare è una delle risposte più concrete a una sfida che riguarda l'intero Paese: oggi gli iscritti alle forme di previdenza complementare sono circa 10 milioni, ma rappresentano ancora meno del 40% della forza lavoro», osserva Monacelli, e poi si guarda alla conciliazione vita-lavoro o al sostegno economico per i lavoratori, con alcune aziende che sono arrivate ad offrire ai lavoratori garanzie finanziarie per l'acquisito della prima casa». In questo scenario Generali ha un ruolo duplice, conclude il manager: «oltre ad essere promotore del welfare a livello di sistema, il gruppo è anche fornitore di soluzioni concrete alle imprese e attraverso Generali Welion, società di welfare integrato del gruppo, mette a disposizione oltre 400 servizi di welfare e salute, grazie anche ad una rete capillare su tutto il territorio».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

(riproduzione riservata).

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

Per i data center

Nvidia garantisce 250 miliardi a ChatGpt


Economia 81

Per i data center

Nvidia garantisce 250 miliardi a ChatGpt

Nvidia è pronta a garantire un prestito da 250 miliardi di dollari a OpenAi, uno dei suoi principali clienti. Secondo il Wall Street Journal , l'azienda di ChatGpt intende prendere in leasing un data center che la giapponese Softbank sta costruendo in Ohio. Il progetto costerebbe oltre 500 miliardi, incluse le spese per i chip di intelligenza artificiale che proprio Nvidia andrebbe a fornire. La garanzia di Nvidia consentirebbe a Softbank di indebitarsi a tassi più favorevoli per reperire fondi per completare la struttura. Tuttavia, la circolarità dei contratti fra costruttori di data center, produttori di chip e sviluppatori di Ai sta sollevando dubbi sulla sostenibilità finanziaria della corsa all'Ai.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

La quotazione a Shanghai

Cxmt, i chip cinesi a ritmo di Nasdaq: valgono 547 miliardi

Francesco Bertolino


La quotazione a Shanghai
Cxmt, i chip cinesi a ritmo di Nasdaq: valgono 547 miliardi

La febbre dei semiconduttori contagia la Cina. Il produttore di chip di memoria Cxmt ha guadagnato il 466% nella seduta di debutto alla Borsa di Shanghai. La sua capitalizzazione ha toccato i 547 miliardi di dollari, diventando la prima azienda per valore in Cina davanti al colosso Tencent.

Il fondatore di Cxmt, Zhu Yiming, ha visto il suo patrimonio crescere del 300% a 13,9 miliardi. E, forse per scongiurare la sorte toccata a tanti magnati troppo in vista nella Cina del capitalismo di Stato, si è impegnato a destinare il 40% di questa fortuna ai dipendenti di Cxmt. L'azienda fabbrica chip di memoria a breve termine, un componente che serve a immagazzinare, gestire e trasferire velocemente grandi quantità di dati. Sul mercato da anni e sino a qualche mese fa relativamente economici, negli ultimi tempi questi semiconduttori sono diventati pressoché introvabili. Il boom dell'intelligenza artificiale ne ha fatto esplodere la domanda e, di conseguenza, i prezzi e i tempi di consegna. Le aziende produttrici di questo tipo di chip sono del resto poche. Le sudcoreane Samsung e Sk Hynix e l'americana Micron sono pressoché monopoliste e nell'ultimo anno hanno visto i prezzi delle loro azioni schizzare in Borsa a livelli record. Benché attualmente più piccolo dei rivali, Cxmt ha raccolto 8,6 miliardi per espandere la propria capacità produttiva. Cxmt potrebbe peraltro non essere la sola azienda cinese pronta a buttarsi sul mercato. Anche Ymtc, altro produttore di chip di memoria sta lavorando alla quotazione in Borsa per raccogliere fondi utili a finanziare i progetti di crescita. Qualche esperto inizia così a paventare il rischio che i maxi-profitti registrati da Samsung, Sk Hynix e Micron finiscano per attrarre molte aziende nel settore - forse troppe - finendo per deprimere i prezzi dei chip di memoria e, di riflesso, i titoli dei loro produttori. D'altro lato, è possibile che Samsung, Sk Hynix e Micron da un lato, Cxmt e Ymtc dall'altro finiscano per rivolgersi a due mercati diversi. La filiera industriale dell'Ia va infatti dividendosi in due blocchi. Chi serve il mercato statunitense incontra crescenti limitazioni a servire quello cinese. E viceversa. Non a caso, per le future generazioni di dispositivi destinati al mercato cinese, Apple sta testando proprio i chip di Cxmt. Che hanno anche il vantaggio di essere più economici.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

Se mancano le competenze informatiche nelle aziende

Lavoro e società/2

Francesco Seghezzi


Se mancano le competenze informatiche nelle aziende

Quasi otto imprese italiane su dieci dichiarano di non riuscire a trovare candidati dotati delle competenze informatiche richieste. Preso isolatamente, il dato contenuto nel nuovo rapporto Eurofound sull'evoluzione della forza lavoro digitale europea sembra offrire l'ennesima conferma di una diagnosi ormai consolidata: il sistema formativo produce pochi profili tecnici, li prepara in modo insufficiente e consegna alle imprese lavoratori distanti dalle esigenze effettive dei processi produttivi. Il problema esiste, ma il rapporto suggerisce una lettura meno rassicurante, perché mostra come la scarsità italiana non dipenda soltanto da ciò che avviene prima dell'ingresso nel mercato del lavoro, ma anche da ciò che accade dentro le imprese e nelle traiettorie professionali successive. L'Italia, anzitutto, ha la quota più bassa nell'Unione europea di specialisti ICT con meno di 35 anni, pari il 28,7%, contro una media europea vicina al 37%. Non è un semplice dato anagrafico, perché in un settore nel quale strumenti, linguaggi e architetture tecnologiche diventano rapidamente obsoleti, una base occupazionale più anziana segnala una difficoltà di ricambio che finisce per incidere sulla velocità di adozione, sulla capacità di apprendimento organizzativo e sulla possibilità stessa di costruire, nel tempo, competenze avanzate. A questa debolezza si aggiunge un ritardo che riguarda proprio l'utilizzo delle tecnologie più recenti. Tra i professionisti ICT italiani, soltanto il 42% dichiara di usare strumenti di intelligenza artificiale generativa per finalità lavorative, contro una media europea del 57% e valori superiori al 75% nei Paesi più avanzati. Lungi da stabilire una classifica tra chi usa più o meno l'IA, occorre osservare che, se l'adozione resta lenta anche tra coloro che dovrebbero accompagnarne l'introduzione nelle imprese, il divario digitale rischia di riprodursi per accumulazione poiché meno uso significa meno sperimentazione, meno apprendimento e, in fin dei conti, minore capacità di trasformare la tecnologia in produttività. Emerge inoltre, per l'Italia, una formazione spesso troppo teorica e poco allineata alle esigenze produttive, anche se fermarsi a questa constatazione sarebbe troppo semplice. Molte imprese continuano infatti a preferire candidati già formati, immediatamente operativi e dotati di esperienza, trasferendo sul sistema educativo l'intero costo della preparazione professionale e investendo poco nella costruzione interna delle competenze. In questo modo la carenza viene descritta come un vincolo esterno, quando è almeno in parte il risultato di modelli di selezione e organizzazione del lavoro che restringono la platea dei candidati possibili chiedendo al mondo formativo azioni spesso impossibili da realizzare. Anche la questione salariale è un elemento che incide sulla situazione complessiva del mercato del lavoro di queste figure. Gli specialisti ICT italiani guadagnano il 27% in più rispetto alla mediana nazionale, un differenziale che può apparire elevato all'interno del mercato italiano, ma che diventa molto meno competitivo quando il confronto

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

si sposta su un mercato internazionale nel quale le stesse competenze vengono acquistate da imprese del Nord Europa o degli Stati Uniti, spesso anche a distanza. Non sorprende, allora, che l'Italia si collochi tra i Paesi più interessati da fenomeni di brain drain digitale verso sistemi che offrono retribuzioni, percorsi di carriera e condizioni di lavoro più favorevoli. Il paradosso italiano emerge quindi da un insieme di fattori concatenati tra loro. Le imprese denunciano una scarsità estrema di specialisti, mentre il Paese forma pochi giovani, aggiorna con difficoltà i lavoratori già occupati, adotta lentamente le tecnologie più avanzate e trattiene sempre meno i profili migliori. Il mismatch esiste, ma troppo spesso è raccontato unicamente come un difetto dell'offerta. È, invece, il prodotto di un ecosistema che continua a domandare competenze senza costruire con sufficiente continuità i rapporti con le istituzioni formative, i salari, le carriere e i modelli organizzativi necessari perché quelle competenze possano nascere, crescere e restare. © RIPRODUZIONE RISERVATA.