Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 13 giugno 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 13 giugno 2026

Coop Alleanza 3.0

13/06/2026 **DM Magazine** Pagina 4 *Veronica Fumarola* 6
GDO ED ENERGIA: il supermercato si evolve in utility

13/06/2026 **DM Magazine** Pagina 62 *Federica Bartoli* 12
I cibi etnici conquistano gli scaffali della Gdoscaffali Gdo

Area Emilia Romagna

13/06/2026 **La Repubblica (ed. Bologna)** Pagina 11 14
La biblioteca da Verne a Camus per il minorile del Pratello

12/06/2026 **Dire** 15
Bologna si fa teatro di pace per quattro giorni con la terza edizione del Festival 'Suoni di pace'

12/06/2026 **corrieredibologna.it** *Chiara Marchetti* 18
Il direttore del carcere minorile di Bologna: «Mare fuori è piena di cavolate, con una nostra serie mostreremo cos'è davvero un Ipm»

12/06/2026 **corrieredibologna.it** 20
Bologna, la storia quattro giovani artiste palestinesi per un mese all'Accademia delle Belle Arti: «Qui per imparare nuove tecniche e modalità di fare arte»

13/06/2026 **Estense** 22
Libri nel Parco apre con Bebo Guidetti de Lo Stato Sociale

13/06/2026 **Estense** 23
"Con la pioggia dentro" inaugura Accadde Domani, con Giorgio Canali ospite all'Arena

12/06/2026 **Modena Today** 24
Al Supercinema Estivo sotto le stelle: il programma delle proiezioni di giugno

Area Marche e Abruzzo

12/06/2026 **MarcheNews24** *Redazione Marchenews* 27
Macerata Racconta, Le Attrazioni della sedicesima edizione

Area Sud e Isole

13/06/2026 **Quotidiano del Sud (ed. Basilicata)** Pagina 14 30
Viva Vittoria entra alla Coop

12/06/2026 **Sassi Live** 31
Progetto Viva Vittoria Matera, Laboratorio di Comunità nel Corner Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio (Matera)

12/06/2026 **Trm Tv** 33
Matera, "Viva Vittoria" e Coop insieme per un laboratorio di comunità a Borgo Venusio

12/06/2026 **Aise.it** *Editrice Sogedi* 34
Salento Book Festival 2026: domenica torna La Festa dei Libri, la Movida dei Lettori

13/06/2026 **Quotidiano di Puglia** Pagina 14 37
Rapinatori nel market: maxi bottino

Controllate e partecipate

13/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 8 38
Quelle azioni in Palio

13/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 9 41
L'intesa tra i due Carlo

13/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 10 *Luca Carrello* 43
Advisor in manovra

13/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 10 *Marcello Clarich* 45
La foresta pietrificata è finita, parola alle autorità

13/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 11 *ANNA DI ROCCO* 47
L'altra partita di Siena è un patrimonio artistico da 120 milioni

13/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 28 49
I big delle pensioni

13/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 47 *ANDREA RINALDI* 51
Mps, Lovaglio studia le contromosse Lascia aperta l'opzione del Banco Bpm

13/06/2026 **Il Messaggero** Pagina 20 *ANDREA PIRA* 52
Papa (Bper): «Bene essere attori del consolidamento»

13/06/2026 **Corriere di Bologna** Pagina 5 54
Montroni, il ricordo di Fois «È riuscito a catalizzare mondi diversi e movimenti Con lui la città è cresciuta»

13/06/2026 **Corriere di Bologna** Pagina 5 56
Il sindaco «Un progetto in suo onore»

13/06/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Bologna)** Pagina 39 57
Montroni, lunedì l'ultimo saluto Camera ardente all'Archiginnasio Avallone: «Il libro, strumento vivo»

13/06/2026 **La Repubblica (ed. Bologna)** Pagina 1 59
Rassegna stampa nel ricordo di Montroni all'Ambasciatori

13/06/2026 **La Repubblica** Pagina 14 *CONCITA DE GREGORIO* 60
Montroni e i libri che curano

13/06/2026 **Messaggero Veneto (ed. Pordenone)** Pagina 28 *SUSANNA SALVADOR* 61
Vita da libraio Danelli saluta e lascia il Segno

Coop e Cooperazione

13/06/2026 **Il Manifesto** Pagina 25 *BIANCA CARAMELLI* 63
«Close the gap», azioni per la parità di genere

13/06/2026 **La Repubblica (ed. Roma)** Pagina 2 64
Galleria Sordi, "Close the gap" di Coop un'aula per discutere gli stereotipi di genere

12/06/2026 **Adnkronos.com** 66
'Close the Gap', la campagna Coop sull'inclusione di genere, arriva a Roma per la prima volta in una piazza

12/06/2026 **Adnkronos.com** 69
Camussi (UniMib): "Psicologi fondamentali per educazione alle relazioni e benessere pubblico"

12/06/2026 **Adnkronos.com** 70
Latini (Coop): "Educazione affettiva è chiave contro violenza e incomunicabilità"

12/06/2026 **Adnkronos.com** 71
Fondazione Cecchettin: "Parità di genere sia obiettivo condiviso"

12/06/2026 **Adnkronos.com** 72
Prof. Galliano: "Italia arretrata su materia affettiva, campagna spinge in avanti"

12/06/2026 **Adnkronos.com** 73
Maesano: "Psicologia pubblica diventi servizio territoriale gratuito"

12/06/2026 **Adnkronos.com** 74
Educazione: Camussi (UniMib), ' "Diritto a stare bene" per offrire rete di servizi psicologici gratuiti'

12/06/2026 **Adnkronos.com** 75
Educazione: Latini (Coop Italia), 'serve ripartire da educazione affettiva per migliorare relazioni'

12/06/2026 **Adnkronos.com** 76
Educazione: Maesano, 'con Coop convergenza su competenze nelle classi per educare alle relazioni'

12/06/2026 **Adnkronos.com** 77
Educazione: professor Galiano, 'serve personale specializzato per trattare temi affettivi'

12/06/2026 **Adnkronos.com** 78
Educazione: Fondazione Cecchettin, 'aumenta la sensibilità sul tema parità di genere'

12/06/2026 **Adnkronos.com** 79
'Close the Gap', campagna Coop per la prima volta in un luogo pubblico a Roma

12/06/2026 **Ansa.it** 80
'Close the gap' per l'educazione affettiva nelle scuole

12/06/2026 **Helpconsumatori** 81
Coop porta Close the Gap a Roma: una piazza per la cultura del rispetto

12/06/2026 **larepubblica.it** 83
"Close the gap", Coop sull'inclusione di genere: da Cecchettin a Galiano, l'appello per la scuola

13/06/2026 **Corriere del Trentino** Pagina 2 *Matteo Sannicolò* 86
Dalpalù presidente, vittoria netta «Ora serve maggiore ambizione»

13/06/2026 **Il T** Pagina 12 *FRANCESCO TERRERI* 88
Cooperazione, risultato netto Dalpalù presidente col 65% dei voti

13/06/2026 **La Nuova Ferrara** Pagina 19 89
Condivisa, meno cara, più pulita L'energia smart si sta avvicinando

12/06/2026 **Distribuzione Moderna** 91
Nova Coop riconosce 4 milioni di euro di premi ai dipendenti

13/06/2026 **Il Messaggero (ed. Viterbo)** Pagina 40 92
In tanti a cena per sostenere la Cittadella delle associazioni

Concorrenza GDO

12/06/2026 **Distribuzione Moderna** 93
Video: Conad Adriatico presenta il nuovo piano di sviluppo

12/06/2026 **Distribuzione Moderna** 94
Tuday Conad: apre a Lucca il format urbano dedicato alla spesa quotidiana

12/06/2026 **Distribuzione Moderna** 96
Lidl arriva a Brusciano (Na) e raggiunge 39 store in Campania

12/06/2026 **GdoWeek** 97
Iper Tosano arriva a Milano

12/06/2026 **GdoWeek** 99
Conad Centro Nord: nel 2025 il fatturato supera i 2 miliardi (+1,77%)

13/06/2026 **Corriere del Veneto (ed. Padova)** Pagina 8 *Davide D'Attino* 101
Alì, seconda sospensione dei lavori Canella: «Danno enorme alla città»

13/06/2026 **Corriere delle Alpi** Pagina 16 *PAOLA DALL'ANESE* 103
Area ex Agip di Baldenich Italia Nostra ricorre al Tar

13/06/2026 **Il Cittadino** Pagina 5 105
Il progetto Esselunga torna in commissione La Lega: «Tuteliamo l'interesse della città»

13/06/2026 **La Tribuna di Treviso** Pagina 23 106
Altri sei supermercati in arrivo «Commercio di prossimità in crisi»

13/06/2026 **Il Mattino di Padova** Pagina 39 107
Il supermercato storico riapre dopo il rinnovo

13/06/2026 **Corriere Fiorentino** Pagina 4 *Jacopo Storni* 108
Sotto la Loggia del Pesce tra risse, spaccio e bivacchi

13/06/2026 **Il Gazzettino** Pagina 10 110
Multa da 16mila euro al supermercato per pesce scaduto e mal conservato

Economia, consumi e società

13/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 19 *Manuela Soressi* 111
Il prezzo più alto della media non frena i campioni di vendite

13/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 19 *Maria Teresa Manuelli* 113
Distribuzione, in Italia il 70% delle aziende adotta politiche antispreco

13/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 18 *Giorgio dell'Orefice* 114
I salumi resistono alla crisi: esportazioni in crescita del 5,3%

13/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 39 *ISIDORO TROVATO* 116
Stati Uniti e vino italiano, i consumatori restano fedeli

Innovazione e mondo digitale

13/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 25 *Matteo Prioschi* 117
Pensiero critico per usare l'intelligenza artificiale nelle aziende

13/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 27 *FLORIANA RULLO* 119
Eva, la prima assessora creata con l'AI

13/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 27 *F. RUL.* 120
Danilo Rapetti - «L'ho testata da sei mesi. Elabora molti dati, ma le manca l'astuzia»

13/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 27 *F. RUL.* 121
Eva Statiella - «Per la città disegno il turismo del futuro Decisioni? Mai sola»

DM Magazine

Coop Alleanza 3.0

GDO ED ENERGIA: il supermercato si evolve in utility

Dalla vendita di energia alle colonnine di ricarica, la grande distribuzione amplia il proprio ruolo e punta a diventare un hub di servizi per famiglie e consumatori. Un'evoluzione che cambia il rapporto con il cliente e il futuro del punto vendita.

Veronica Fumarola



Reparti serviti, assortimento e private label sono da sempre gli elementi che fanno la differenza per un punto vendita. Oggi, però, soprattutto per fidelizzare la clientela, entrano in gioco nuovi servizi sempre più strategici per la Gdo. Tra questi c'è l'energia, attraverso società dedicate, partnership, programmi loyalty o colonnine per la mobilità elettrica. «Il mercato dell'energia rappresenta oggi una nuova frontiera di creazione di valore per la Gdo e, più in generale, per i retailer con una forte relazione con il cliente finale dichiara Saverio Caldani, amministratore delegato di Arthur D. Little Italy e responsabile della practice energy and utilities in Italia . Non parliamo solo di un'estensione commerciale, ma di un possibile riposizionamento strategico: il retailer può passare dall'essere un punto vendita di prodotti a diventare un abilitatore di servizi essenziali, ricorrenti e sempre più legati alla sostenibilità». Secondo l'ad della società che ha realizzato lo studio Il mercato dell'energia: una nuova leva per la creazione di valore per la Gdo e l'elettronica di consumo, infatti, oggi il tema è centrale per il mondo della grande distribuzione per almeno tre ragioni. «La prima è la dimensione del mercato: in Italia il solo mercato elettrico residenziale vale più o meno 30 miliardi di euro annui, con circa 30 milioni di Pod e consumi nell'ordine dei 60 TWh; a questo si aggiunge il mercato gas, superiore ai 20 miliardi di euro. La seconda è la crescente contendibilità del mercato: la quota dei primi dieci operatori energetici è scesa dall'86% al 79% negli ultimi tre anni, mentre il tasso di switching dei clienti domestici elettrici ha superato il 24% per numero clienti e il 27% per volumi nel 2024. La terza è regolatoria: la direttiva che impone ai retailer lo switch entro 24 ore renderà il mercato ancora più dinamico e competitivo». Secondo Saverio Caldani c'è poi una ragione più contingente, che deriva dalle tensioni sui prezzi delle commodity provocate dallo scenario geo politico attuale, con una ripercussione in termini di maggiore sensibilità ai prezzi e possibile aumento dei tassi di switch. «Basti pensare che la sola componente di spesa per energia elettrica erode oltre il 6% del budget delle famiglie italiane, valore tra i più alti in Europa. In questo scenario, la Gdo dispone di asset distintivi per la creazione di valore: brand riconosciuti, fiducia, prossimità territoriale, elevata frequenza di contatto con il cliente e grandi superfici immobiliari utilizzabili anche per autoproduzione rinnovabile». Tre modelli di ingresso Le insegne che vogliono entrare nel settore possono seguire tre strade. Non esiste, infatti, un modello unico valido per tutti. «La scelta dipende dall'ambizione strategica del retailer, dalla maturità organizzativa e dal livello di rischio che è disposto ad assumere», puntualizza

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Saverio Caldani. Il modello più rapido è la partnership commerciale con un operatore energetico: «È la strada più semplice per testare il mercato, sfruttando il brand, la rete vendita e la base clienti del retailer, ma lasciando al partner la gestione delle attività più complesse: licenze, approvvigionamento, fatturazione, bilanciamento, compliance e customer care specialistico. Questo modello è adatto a chi vuole entrare velocemente e con rischio contenuto. La seconda opzione è il white label, in cui il cliente percepisce l'offerta come proposta dall'insegna, mentre una utility o un trader gestisce il back-end energetico. È un buon punto di equilibrio: permette al retailer di rafforzare il proprio posizionamento e controllare meglio la customer experience, senza internalizzare subito tutte le competenze tecniche. Il terzo modello è lo sviluppo diretto, con pieno presidio della vendita di energia. È il modello con maggiore potenziale di valore, ma anche il più complesso. Richiede competenze regolatorie, sistemi IT e billing, gestione del rischio prezzo, strutture di customer operation e capacità di energy management/acquisto energia». Le criticità principali sono operative e reputazionali. Errori in fatturazione, assistenza o gestione dei reclami possono mettere a repentaglio la fiducia costruita dal retailer nel core business. Per questo, nella maggior parte dei casi, l'approccio più efficace è quello progressivo: partire con partnership o white label, costruire competenze, validare la risposta del mercato e poi valutare un'evoluzione verso modelli più integrati. Una leva di valore L'energia si configura come una leva di creazione di valore per le insegne della distribuzione, almeno per cinque motivi, sempre secondo Caldani. «Il primo è lo stream di revenues ricorrenti. Il business tradizionale retail, soprattutto in alcune categorie come l'elettronica di consumo, è spesso basato su acquisti episodici. L'energia, invece, genera una relazione continuativa e un flusso di fatturato mensile. Questo cambia radicalmente il profilo economico della relazione con il cliente. Il secondo driver è la marginalità potenziale del servizio energia, che può essere superiore a quella media di molte categorie retail. Naturalmente a condizione di presidiare bene rischio, approvvigionamento, operation e customer care». A questi primi fattori si aggiunge la fidelizzazione: «un'offerta energia integrata con programmi loyalty, promozioni, servizi per la casa, elettrodomestici o soluzioni di efficienza energetica può aumentare il customer lifetime value e ridurre il churn spiega . Il nostro studio cita, ad esempio, il caso Coop Energia (Accendi luce & gas di Coop Alleanza 3.0, ndr), con un churn rate dichiarato intorno al 14% nel 2023, di 10 punti percentuali inferiore ai livelli medi del mercato nazionale». Il quarto driver è la valorizzazione del canale fisico. Il punto vendita può diventare un canale consulenziale, più rassicurante e meno invasivo rispetto a modelli commerciali tradizionalmente percepiti come aggressivi e sempre più limitati anche dalla normativa come il teleselling. «Ad oggi il canale fisico è un canale pregiato sia per i minori costi di acquisizione sia per la qualità dei clienti acquisiti: il tasso di fedeltà è quasi doppio rispetto alla media degli altri canali push», sottolinea Saverio Caldani. Ultimo elemento è la valorizzazione degli asset immobiliari. «Tetti di supermercati, parcheggi, magazzini e centri logistici possono diventare piattaforme di generazione rinnovabile fa notare l'ad . Autoconsumo fisico e virtuale,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

DM Magazine

Coop Alleanza 3.0

Ppa e impianti fotovoltaici consentono di ridurre l'esposizione alla volatilità dei prezzi, migliorare il profilo Esg e, in alcuni casi, raggiungere ritorni sull'investimento interessanti. A questo si aggiunge la possibilità di integrazione con offerte di ricarica elettrica nei parcheggi». Risposta a un'esigenza Tra le insegne antesignane in questo settore c'è sicuramente Coop Alleanza 3.0, che ha dato vita ad Alleanza luce & gas. «La società nasce oltre dieci anni fa da una richiesta, quella dei consumatori di avere un servizio energetico trasparente e chiaro. Sono stati proprio i soci Coop Alleanza 3.0, la più grande cooperativa di consumatori in Italia, a esprimere nelle loro assemblee la necessità di avere un servizio energetico di riferimento in un'epoca in cui si iniziava a parlare di passaggio dal mercato tutelato al mercato libero dell'energia. Proprio da quella richiesta e da quell'ascolto è nato Accendi luce & gas, il brand della nostra company Alleanza luce & gas, che oggi serve 200mila utenze italiane», racconta Filippo Di Benedetto, amministratore delegato di Alleanza luce & gas. Se Coop Alleanza 3.0 ha scelto di dar vita a una società dedicata, MediaWorld per cui il tema energia rappresenta un'estensione naturale della relazione con il cliente ha puntato sulle collaborazioni, con l'obiettivo di evolvere il ruolo dell'insegna oltre la vendita di tecnologia sempre più verso la capacità di offrire soluzioni che semplificano la gestione della casa e rispondono a esigenze concrete. «In questa logica, le partnership nei servizi luce e gas nascono dalla volontà di affiancare al prodotto un ecosistema di servizi ad alto valore aggiunto, costruito insieme a operatori qualificati e coerente con il nostro posizionamento in termini di affidabilità, chiarezza e qualità dell'esperienza dichiara Sven Degezelle, chief commercial officer di MediaWorld . Le partnership si sviluppano in una logica pienamente omnicanale, con l'obiettivo di integrare l'offerta energia all'interno di un ecosistema già orientato alla casa, alla tecnologia e ai servizi. Il valore sta nella capacità di connettere in modo coerente i diversi touchpoint, mantenendo continuità nella relazione con il cliente. Oggi il percorso è sempre più fluido: il cliente può entrare in contatto con il servizio in negozio, approfondire sui canali digitali e completare la scelta in un secondo momento, oppure seguire il percorso inverso. In ogni caso, il nostro focus resta garantire semplicità, trasparenza e un'esperienza senza frizioni lungo tutto il journey». Una questione di fiducia L'energia cambia quindi la relazione con l'insegna perché la rende più continua, più profonda e più rilevante nella vita quotidiana del cliente. «Nel modello retail tradizionale, la relazione è spesso legata al momento dell'acquisto: il cliente entra nel punto vendita, compra un prodotto e poi torna quando emerge un nuovo bisogno fa notare Saverio Caldani . Con l'energia, invece, l'insegna entra in una dimensione di servizio ricorrente: la bolletta, il monitoraggio dei consumi, il risparmio, la sostenibilità, l'efficienza domestica, la mobilità elettrica, la climatizzazione, il fotovoltaico residenziale. Questo apre la strada a un modello di relazione molto più simile a un ecosistema. Il supermercato o il retailer non è più soltanto il luogo dove si acquista, ma può diventare un punto di riferimento per gestire consumi, risparmio energetico e soluzioni per la casa. Pensiamo, ad esempio, al bundling tra elettrodomestici efficienti e contratto luce, ai programmi loyalty collegati

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

alla bolletta, alle offerte per pompe di calore, fotovoltaico o ricarica elettrica. C'è poi un aspetto di fiducia. Molti consumatori vivono il mercato energetico come complesso, poco trasparente e difficile da confrontare. Un'insegna conosciuta, con presenza fisica sul territorio e una relazione consolidata con milioni di clienti può semplificare l'esperienza e rendere più accessibile la transizione energetica. Questo è forse il punto più interessante: la Gdo può trasformare un servizio percepito come commodity in un'esperienza più comprensibile, integrata e vicina al cliente». La centralità del punto vendita Quanto sottolineato da Caldani a proposito del ruolo del punto vendita e della maggiore propensione a fidarsi di un'insegna che i clienti frequentano, o quanto meno conoscono, trova conferma nelle esperienze di MediaWorld e Alleanza luce & gas. «Il punto vendita mantiene un ruolo centrale, soprattutto in termini di relazione e consulenza. In un ambito come quello dell'energia, il cliente cerca chiarezza e un contesto affidabile in cui orientarsi evidenzia Sven Degezelle . Il negozio diventa quindi uno spazio in cui il servizio prende forma in modo concreto e comprensibile, rafforzando il rapporto di fiducia e valorizzando la prossimità. L'attivazione commerciale è una naturale conseguenza di questa relazione, non il punto di partenza». Filippo Di Benedetto, dal canto suo, riconosce che far parte dell'ecosistema Coop garantisce un vantaggio in termini di riconoscibilità e affidabilità: «Accendi luce & gas è prossimità, è vicinanza, è capillarità. E ci mette la faccia. Con i nostri consulenti energetici siamo presenti in oltre 370 punti vendita lungo tutto il litorale Adriatico, con una concentrazione nelle regioni Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Marche e Puglia. Una presenza che non è solo proposta commerciale, ma anche supporto e post-vendita. Perché tornare presso la postazione di Accendi luce & gas all'interno del punto vendita Coop e ritrovare sempre lo stesso professionista con cui hai siglato il contratto garantisce quel servizio human to human che in piena epoca di intelligenza artificiale farà sempre più la differenza. Il canale fisico è il riferimento per i nostri clienti che cercano solidità e persone con cui interfacciarsi, non chatbot, non voci telefoniche e riconoscono nel marchio Coop Alleanza 3.0 un sigillo di garanzia di qualità e servizio. Non a caso il nostro tasso di abbandono ha soglie bassissime rispetto al mercato». L'energia entra nei cataloghi fedeltà L'energia negli ultimi tempi ha fatto il suo ingresso anche nei programmi loyalty delle insegne, tra cui il Catalogo Fìdaty di Esselunga, che ora propone tre voucher dedicati al mondo dell'energia e della mobilità elettrica grazie alla collaborazione con Eni Plenitude. «Il primo è un voucher riscattabile tramite punti, che consente di ottenere una carta prepagata utilizzabile per il pagamento delle bollette di luce e gas. A questo si aggiungono due voucher per la ricarica delle auto elettriche, disponibili nei tagli di 10 e di 25 euro per rispondere alle esigenze di clienti che si trovano in fasi diverse dell'accumulo punti. Entrambi permettono di acquistare pacchetti prepagati per la ricarica elettrica, offrendo così un supporto concreto alla mobilità sostenibile», fa sapere Sebastiano Boles, responsabile loyalty di Esselunga. La partnership dell'insegna con Eni Plenitude si estende inoltre al programma Grandi Partner Fìdaty, grazie al quale i clienti che attivano un'offerta luce e/o gas possono ricevere Punti Fragola

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

aggiuntivi, con un'ulteriore maggiorazione prevista per chi sceglie la domiciliazione bancaria o la bolletta digitale. «Si tratta di un'iniziativa che unisce risparmio, sostenibilità ed energia, poiché offre benefici tangibili sia nella gestione delle utenze domestiche sia nella mobilità elettrica, e che sta generando un riscontro positivo presso la clientela. Allo stesso tempo, rafforza la relazione con il cliente e delinea una direzione sempre più chiara per il futuro della grande distribuzione: diventare un punto di riferimento a 360 gradi, capace di accompagnare il consumatore non solo nella spesa, ma anche in molteplici aspetti della vita quotidiana», conclude Sebastiano Boles. Il largo consumo si apre alla mobilità elettrica Energia è anche sinonimo di mobilità elettrica, sempre più presente nel mondo del largo consumo, come dimostrano le collaborazioni avviate da diverse insegne. Ikea e Aldi, così come Esselunga, hanno stretto nel nostro Paese recenti collaborazioni con Plenitude, attraverso la controllata Plenitude On The Road. L'installazione delle colonnine di ricarica (250) sarà completata pienamente entro la fine del 2026 presso i punti vendita dell'insegna svedese. Aldi ha invece attivato le prime colonnine nei parcheggi del negozio di Gemona del Friuli (Ud), dello store di via del Brennero a Rovereto (Tn) e in quello di Camposampiero (Pd). L'accordo pluriennale prevede l'installazione di colonnine di diverse tipologie e potenze, con l'obiettivo di raggiungere una presenza complessiva in oltre 100 negozi Aldi. Anche Conad Adriatico sta accompagnando la transizione verso nuove forme di mobilità: a fine 2025 erano 29 le colonnine di ricarica Enel installate in prossimità dei punti vendita nelle regioni presidiate. Nuove opportunità per il punto vendita Sul fronte energia le potenzialità future, secondo Saverio Caldani, potrebbero essere rilevanti per la Gdo soprattutto su tre fronti: oltre che per la vendita di energia, anche per l'autoproduzione di energia rinnovabile e l'efficienza energetica. «Alcune insegne potranno diventare veri e propri canali alternativi di acquisizione clienti, facendo leva su loyalty, punti vendita, app, e-commerce e relazione quotidiana con il consumatore. Per l'autoproduzione di energia rinnovabile, i retailer potranno trasformare parte del proprio patrimonio immobiliare in infrastruttura energetica distribuita: tetti, parcheggi e centri logistici possono ospitare impianti fotovoltaici, soluzioni di accumulo e, in prospettiva, comunità energetiche. Sul terzo fronte, la grande distribuzione organizzata potrà contribuire a diffondere soluzioni di efficienza per famiglie e imprese, rendendo più accessibili tecnologie come pompe di calore, fotovoltaico domestico, sistemi di monitoraggio dei consumi e ricarica elettrica». In questo senso, i player meglio posizionati, per l'ad di Arthur D. Little Italy, sono quelli che hanno un brand forte e credibile, una base clienti ampia e fidelizzata, una rete fisica capillare e asset immobiliari rilevanti. In prospettiva, le insegne più avanzate quindi non si limiteranno a vendere energia. Potranno diventare piattaforme di servizi per la casa e per la sostenibilità, integrando retail, loyalty, energia, efficienza e autoproduzione. «È questo il senso dell'evoluzione del supermercato in utility: non una sostituzione delle utility tradizionali, ma la nascita di un modello ibrido, in cui la Gdo mette a valore la propria prossimità al cliente e contribuisce concretamente alla transizione energetica. Il momento per muoversi è ora, perché frammentazione del mercato, volatilità dei prezzi,

maggiore mobilità dei clienti e pressione regolatoria stanno creando una finestra competitiva particolarmente favorevole », conclude Caldani

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

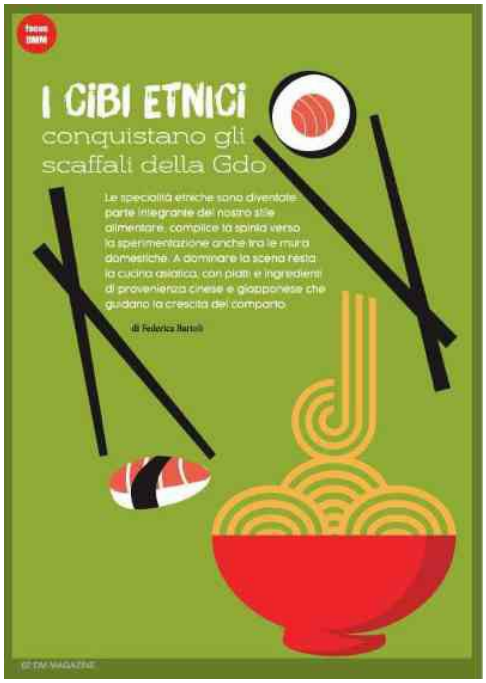
DM Magazine

Coop Alleanza 3.0

I cibi etnici conquistano gli scaffali della Gdoscaffali Gdo

Le specialità etniche sono diventate parte integrante del nostro stile alimentare, complice la spinta verso la sperimentazione anche tra le mura domestiche. A dominare la scena resta la cucina asiatica, con piatti e ingredienti di provenienza cinese e giapponese che guidano la crescita del comparto.

Federica Bartoli



C ontinua a farsi strada l'apprezzamento manifestato dai consumatori verso le specialità gastronomiche provenienti da altri Paesi: il cibo etnico, infatti, attira sempre più shopper, che non si limitano solo a gustare i piatti esotici nei ristoranti specializzati, ma desiderano cimentarsi nella loro stessa preparazione. Questi prodotti, quindi, oltrepassano il varco della ristorazione per approdare sugli scaffali della grande distribuzione e arrivare sulle tavole degli italiani. La tendenza è dimostrata anche dai risultati dell'ultimo rapporto stilato da Coop Alleanza 3.0, che ha analizzato le vendite di prodotti etnici avvenute nei suoi 350 punti vendita situati nella Penisola e tramite EasyCoop, il servizio di spesa online della Cooperativa: stando ai dati emersi dal report, infatti, nel 2025 sono stati acquistati circa 1 milione di pezzi, sviluppando un giro d'affari complessivo pari a 3 milioni di euro. Tra le specialità estere emerge una netta prevalenza delle cucine di matrice orientale, che rappresentano il 42% dei pezzi venduti sul totale delle specialità internazionali, seguiti dalla cucina messicana (23%) e da quella araba (16%), mentre il restante 20% è riconducibile a proposte ispirate ad altre tradizioni gastronomiche del mondo. I cibi etnici non sono più solo una nicchia Il comparto, dunque, si mostra dinamico e vive una fase di crescita costante, come rileva Sofia Grassi, brand manager di Mulan Group: «La categoria si conferma una delle più vivaci del largo consumo. La cucina etnica è oramai una componente stabile nel carrello della spesa degli italiani, che si rivelano sempre più curiosi, informati e desiderosi di vivere esperienze gastronomiche autentiche anche tra le mura di casa». Il mercato continua a evolversi, mosso da una significativa spinta innovativa: «Le specialità etniche condivide Dario Lavagna, category manager del mondo etnico di Atlante si mostrano tra le più brillanti in termini di innovazione, ampliamento assortimentale e capacità di intercettare nuovi comportamenti di consumo. Oggi il fenomeno non riguarda più un ristretto gruppo di shopper, ma rappresenta una tendenza trasversale, che coinvolge un pubblico più ampio e abituato a ricercare varietà e nuove esperienze di gusto anche nel consumo quotidiano ». Non si parla più, quindi, di una categoria di nicchia, come sottolinea Marta Brignone, senior brand manager di Saikebon: «Il mercato dell'etnico in Italia ha superato il periodo di novità per entrare in una fase di consolidamento. Si tratta di un'abitudine ormai acquisita, di un comparto strutturato e l'accelerazione di questo fenomeno ha preso il via durante la pandemia, quando i consumatori hanno iniziato a ricercare soluzioni salva-tempo, ma gustose». Il focus è su ricette fedeli

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

alle proprie origini Quali sono, quindi, i principali trend riscontrati dai player del settore? Dario Lavagna intercetta tre differenti direttrici che trainano il successo delle specialità etniche: «Da un lato osserviamo la crescita della convenience, con la predilezione per prodotti semplici e veloci da preparare; dall'altro, aumenta anche la ricerca di autenticità, con una maggiore attenzione alla credibilità delle ricette e alla fedeltà alle tradizioni di origine. Infine, emerge la volontà di ampliare le proprie abitudini alimentari attraverso sapori e culture gastronomiche diverse. In questo contesto, categorie come noodles, buns asiatici, salse etniche e soluzioni ispirate allo street food stanno mostrando un forte potenziale di sviluppo anche nella Gdo italiana». A imporsi in modo predominante tra i consumatori è la cucina asiatica, come ribadisce Sofia Grassi: «Le cucine più amate restano la cinese e la giapponese, e aumenta la curiosità verso la thailandese e la coreana. Le specialità asiatiche sono entrate nelle case degli italiani soprattutto tra i Millennials e la Gen Z, che vivono questa esperienza di consumo come un momento di condivisione conviviale e identitario. In Mulan Group rispondiamo a queste esigenze lavorando con materie prime selezionate e processi produttivi che rispettano la tradizione, ma anche investendo in formati versatili, capaci di intercettare occasioni di consumo diverse, dal pasto veloce all'aperitivo etnico in casa. Tra le nostre novità ispirate allo street food asiatico, spiccano il Bao al maiale per quanto riguarda il fresco, mentre nel surgelato proponiamo il Bao al manzo». Come accennato, i noodles sono tra le referenze di maggior diffusione nell'ambito dei cibi etnici. Un trend cavalcato da Saikebon, come ribadisce Marta Brignone: «Ci siamo basati sulla rapidità e sull'estrema facilità di consumo di un piatto che altrimenti non sarebbe arrivato sulle tavole degli italiani. Tra le novità proponiamo gli Hot&Spicy, su cui la nostra comunicazione si è concentrata nei primi mesi del 2026, e abbiamo lanciato la ricetta Pepper Pollo nella versione Cup del Tifoso, ideata per seguire le partite del campionato mondiale di calcio senza preoccuparsi troppo del pasto»

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Bologna)

Area Emilia Romagna

La biblioteca da Verne a Camus per il minorile del Pratello


Società

Bologna

Giorgio Morandi in tour, con 140 opere a Shanghai la sua arte seduce la Cina

La biblioteca da Verne a Camus per il minorile del Pratello

Quaranta giorni di concerti apre Sequoie Music Park

Ci sono le Ventimila leghe sotto i mari di Verne e i Demoni di Dostoevskij. Ma anche Jesse Owens, l'uomo che sconfisse Hitler. Quanta libertà e bellezza può contenere una stanza di 5 metri per 10. E' la nuova biblioteca dell'istituto penale minorile di via del Pratello, inaugurata giovedì 11 giugno con gli scaffali in muratura e i suoi 500 titoli. «I ragazzi ci sorprendono sempre», dice il direttore Lorenzo Roccaro.

Qui i giovani prendono in prestito i libri e partecipano all'etichettatura. Si chiama "Letti in flagranza", il titolo è di don Domenico, il cappellano. Il progetto ha raccolto il calore della città e i titoli sono stati scelti pensando ai ragazzi: narrativa, saggi, psicologia, fumetti. Da Camus a Kafka, da Neruda a Zerocalcare. «I ragazzi hanno diritto a leggere, imparare e sognare», dice Nicola Palmiero, dirigente del centro. Il sogno è far crescere lo spazio fino a una biblioteca specialistica, esterna, aperta ai cittadini, sui temi come il disagio adolescenziale e la giustizia. Un ponte tra il dentro e il fuori. A luglio, intanto, partirà un ciclo di incontri: il primo sarà don Domenico, poi Silvia Avallone e Pino Cacucci. Per Matteo Zuppi la biblioteca è «ginnastica dell'anima e della mente». E la sicurezza «non è solo rafforzare serrature, ma dare speranza. Investire nel sogno». C'è molto di Bologna in questi scaffali: Alleanza 3.0, Librerie.coop, volontari, educatori, autori con copie donate. Il progetto, in futuro, potrebbe essere replicato alla Dozza. - g.bu.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Dire

Area Emilia Romagna

Bologna si fa teatro di pace per quattro giorni con la terza edizione del Festival 'Suoni di pace'


DIRE
Dire

Bologna si fa teatro di pace per quattro giorni con la terza edizione del Festival 'Suoni di pace'

06/12/2026 20:30 Andrea Mari

Dal 18 al 21 giugno 2026 quattro giorni di concerti dedicati alla pace e al dialogo tra i popoli BOLOGNA – Promuovere la cultura della pace e il dialogo tra i popoli attraverso il linguaggio universale della musica , portando insieme sul palco giovani musicisti italiani, europei e provenienti dai territori di guerra di Ucraina e Palestina. Con questo obiettivo l'Associazione Inno alla Gioia dà il via alla terza edizione del ' Festival Suoni di Pace ', che si terrà dal 18 al 21 giugno 2026 a Bologna con nove concerti, in altrettanti luoghi diversi della città. La proposta musicale del Festival spazierà dalla musica da camera alla sinfonica, dal jazz al repertorio classico, fino a quello moderno con incursioni nella musica orientale e della tradizione araba. La manifestazione si accompagna a una raccolta fondi (attiva dal 15 al 22 giugno su tutti i canali dell'Associazione Inno alla Gioia e tramite QR code durante i concerti), che andrà a favore del Conservatorio Edward Said di Ramallah , rappresentato al Festival da dodici studenti palestinesi . Oltre settecento i giovani musicisti coinvolti nelle prime due edizioni della manifestazione, il cui ricavato è stato devoluto nel 2024 alla Fondazione Soleterre e nel 2025 a Medici Senza Frontiere. "Trasformare Bologna, per quattro giorni, in un teatro di pace e di solidarietà nel segno della musica e portare nella nostra città i ragazzi del Conservatorio di Ramallah è per noi un atto di fiducia nel futuro, che compiamo, nota dopo nota, insieme a tutti i nostri partner – ha detto la presidente dell'Associazione Inno alla Gioia, Natalia Bracci – Crediamo che non esista un modo più costruttivo di fare musica, se non attraverso atti concreti di condivisione e accoglienza. Il Festival nasce in risposta al desiderio, espresso tanto dai ragazzi della nostra scuola quanto dai nostri partner, di realizzare occasioni di incontro, scambio e impegno sociale , facendo leva sul potere della musica che non conosce né differenze né confini". "Siamo felici che il 'Festival Suoni di Pace' torni anche quest'anno alla Mensa della Fraternità. – ha sottolineato, in proposito, il direttore di Caritas Bologna, Don Matteo Prosperini – Questo luogo appartiene a tutta la città, qui ogni giorno si condividono il pane, le fatiche e le speranze. La musica ci insegna che nessuno costruisce un'armonia da solo. Servono voci e strumenti diversi, capaci di ascoltarsi e di suonare insieme. In un tempo segnato da conflitti e divisioni, questa è una lezione di cui abbiamo particolarmente bisogno". "La pace – ha aggiunto – non accade magicamente, si costruisce ogni giorno nei luoghi che abitiamo e nelle relazioni che viviamo. Insieme alla Scuola Inno alla Gioia condividiamo anche l'impegno a non lasciare indietro nessuno , sostenendo borse di studio per bambini e ragazzi che altrimenti non avrebbero la possibilità di studiare musica". Partner fin dalla prima edizione del Festival è la Fondazione Musica Insieme che, per voce della presidente Alessandra Scardovi, si è detta "felice di essere al fianco degli amici di Inno alla

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Dire

Area Emilia Romagna

Gioia per il 'Festival Suoni di Pace', un progetto che afferma il valore della cultura come spazio di incontro e comprensione reciproca. Nella sua visione riconosciamo l'eredità ideale di Edward Said e Daniel Barenboim, che con la West-Eastern Divan Orchestra hanno dimostrato la forza del dialogo e della cooperazione. Oggi più che mai, Suoni di Pace, che da quest'anno porta la sua energia anche alla Casa Circondariale della Dozza, è un festival necessario, un'iniziativa che richiede impegno, responsabilità e coraggio, a cui Musica Insieme desidera offrire il proprio convinto sostegno". IL PROGRAMMA Quanto al programma, il Festival si aprirà il 18 giugno (ore 19:30) nella Sala Bossi del Conservatorio G.B. Martini con l'Orchestra dei Giovanissimi del Conservatorio, la Big Band del Liceo Musicale Lucio Dalla di Bologna, l'Orchestra di chitarre e l'Orchestra Giovanile A. Banchieri di Molinella. Si prosegue il 19 giugno (ore 19) alla Mensa della Fraternità di Caritas con il concerto dell'Ensemble di percussioni Inno alla Gioia, il Quartetto di sassofoni del Liceo Musicale Lucio Dalla e l'Ensemble Vokal Karlsruhe (Germania). In serata (ore 20:30) il concerto dell'Orchestra Bologna Sinfonica Junior al Teatro Laura Betti di Casalecchio di Reno (Bologna). Sabato 20 giugno il 'Festival Suoni di Pace' celebra la Giornata Mondiale del Rifugiato con due appuntamenti. Nel pomeriggio, all'Oratorio San Filippo Neri (ore 18), andrà in scena il concerto-conferenza di Carlo Ventura, a conclusione del laboratorio 'Sinfonie di Luce', sviluppato con VID Art|Science e INBB Bologna. L'evento unisce musica e tecnologia grazie all'utilizzo di una telecamera iperspettrale che, durante l'esecuzione, renderà visibili in tempo reale i biofotoni emessi dai musicisti. Sul palco il Quartetto d'archi della Youth Symphony Orchestra of Ukraine, l'Ensemble Vokal Karlsruhe e il Coro Thomas Mann Gymnasium Stutenseedi Karlsruhe. Sempre sabato 20 giugno, in Piazza Santo Stefano (ore 20:30), si esibiranno l'Ensemble Palestinese del Conservatorio di Ramallah, l'Ensemble Orientale di Prima Materia , le Scuole di musica Cemi di Bologna e Suzuki di Faenza e il coro di voci bianche della comunità gazawi di Bologna e di Inno alla Gioia. Dopo il concerto, sarà proiettato il documentario 'This Is Our Resistance (2024) di Music and Resilience sui laboratori di musicoterapia realizzati nei campi profughi in Libano. Domenica 21 giugno , in occasione della Festa Internazionale della Musica, le note raggiungeranno la Casa Circondariale Dozza (ore 10:30) con un concerto dell'Ensemble Vokal Karlsruhe e dell'Orchestra Bologna Sinfonica Junior per le persone detenute. La mattina in musica prosegue al Teatro Mazzacorati 1763 (ore 11)con i concerti da camera dell'ensemble del Cemi di Bologna, del Circolo Musicale Bononcini di Vignola e dell'Accademia Musicale Moto Perpetuo di Macerata. Nel pomeriggio, al Parco della Montagnola (ore 17) sarà la volta del gruppo moderno dell'Istituto A. Banchieri di Molinella. Gran finale al Teatro Arena del Sole (ore 20:30) con il concerto dell'Orchestra e del Coro della Pace, composti da tutte le realtà musicali partecipanti al Festival. Su podio il M° Matteo Parmeggiani, direttore dell'Orchestra Fondazione Luciano Pavarotti. Sul palco anche il violinista Edoardo Lisi, vincitore del Premio Alberghini. Il programma sarà un viaggio nella musica dal mondo e spazierà dalle più belle pagine del repertorio europeo ai brani della tradizione musicale palestinese, libanese e ucraina. L'ingresso è gratuito a tutti gli eventi, eccetto che per il concerto al Teatro Laura

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Dire

Area Emilia Romagna

Betti di Casalecchio di Reno del 19 giugno (Intero: 10 euro | Under 12: 5 euro) e per il concerto del 21 giugno al Teatro Arena del Sole (Posto unico: 10 euro). Dopo Bologna, lo scambio culturale con i musicisti palestinesi proseguirà in Trentino Alto-Adige dal 27 giugno al 4 luglio. I dodici studenti del Conservatorio di Ramallah parteciperanno al corso di perfezionamento musicale della Scuola Inno alla Gioia a Fiera di Primiero (Trento), replicando il percorso già realizzato con i ragazzi della Youth Symphony Orchestra of Ukraine nelle scorse edizioni. Il 28 giugno, inoltre, un concerto dell'ensemble palestinese sarà ospitato dal Trentino Music Festival a Mezzano. Il 'Festival Suoni di Pace' 2026 è ideato e promosso dall'Associazione Inno alla Gioia di Bologna, in collaborazione con una rete di partner istituzionali, artistici e operativi: Comune di Bologna, Fondazione Musica Insieme, Caritas Bologna, Conservatorio G.B. Martini, Open Group, Consorzio Arcolaio, Bologna per Gaza, Music and Resilience, Premio Alberghini. Con il supporto e il sostegno di Coop alleanza 3.0, Pelliconi e Avis. Con la partecipazione artistica di: Liceo Musicale Lucio Dalla, Cemi Bologna, Scuola Impullitti di Pianoro, Scuola Incontri di Stile di Borgo Panigale, Circolo Musicale Bononcini di Vignola, Istituto A. Banchieri di Molinella, Coro Live Music School di San Pietro in Casale, Accademia Feronia di San Severino Marche, Accademia Musicale Moto Perpetuo di Macerata, Associazione Prima Materia di San Quirico in Collina (FI), Ensemble Vokal Karsruhe e Coro Thomas Mann Gymnasium Stutensee di Karlsruhe,Youth Symphony Orchestra of Ukraine, Conservatorio Edward Said di Ramallah. Con il supporto scientifico di: VID Art|Science e INBB Bologna. Il 'Festival Suoni di Pace' fa parte di Bologna Estate 2026, il cartellone di attività promosso e coordinato dal Comune e dalla Città metropolitana di Bologna - Territorio Turistico Bologna - Modena.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

corrieredibologna.it

Area Emilia Romagna

Il direttore del carcere minorile di Bologna: «Mare fuori è piena di cavolate, con una nostra serie mostreremo cos'è davvero un Ipm»

Chiara Marchetti


corrieredibologna.it

Il direttore del carcere minorile di Bologna: «Mare fuori è piena di cavolate, con una nostra serie mostreremo cos'è davvero un Ipm»

06/12/2026 15:05 Chiara Marchetti

All'istituto penale il cardinale Zuppi e la scrittrice Avallone hanno inaugurato inaugurano una libreria con 500 volumi. Roccaro contro la fiction: «Mostrano ragazzi con le collane, noi lottiamo per toglierle perché sono pericolose» Le pareti colorate, due tavoli con le sedie e scaffali pieni di libri. È la nuova biblioteca dell'Istituto penale per minorenni «Pietro Siciliani» in via del Pratello , frutto del progetto «Letti in flagranza» realizzato da Coop Alleanza 3.0 e Librerie.coop in collaborazione con il Centro per la giustizia minorile (Cgm). «Un grande investimento per la sicurezza — commenta l'arcivescovo di Bologna, Matteo Zuppi, presente al taglio del nastro — perché sicurezza non significa rafforzare le serrature, ma dare speranze». Per i giovani detenuti, leggere può significare «ricostruire quello che è stato rovinato e che ha portato a farsi e fare del male» aggiunge il cardinale, sottolineando che se un ragazzo scopre la conoscenza «forse può capire che può fare altre cose» rispetto a quelle che ha sempre fatto. Il sogno di aprirla all'esterno Per la presidente del tribunale dei minori, Gabriella Tomai, «queste esperienze sono dei ponti perché danno senso al nostro lavoro. Come magistrati abbiamo un sogno, cioè trasformare i problemi in opportunità, ed è possibile farlo solo se riusciamo a creare una possibilità di cambiamento». La biblioteca dell'Ipm funzionerà come una normale biblioteca, dove i giovani detenuti potranno prendere in prestito i libri e partecipare a gruppi di lettura e incontri con gli autori. Dopo il taglio del nastro, si guarda avanti. «Il nostro sogno - dichiara il dirigente del Cgm, Nicola Palmiero - è creare una biblioteca specializzata in modo da far nascere una dimensione di confine con l'esterno , così da renderla accessibile anche a persone esterne per tesi e approfondimenti». La fiction e il vero senso del minorile L'inaugurazione è stata inoltre un'occasione per riflettere sul ruolo degli Ipm, molto diversi da come appaiono, ad esempio, nella fiction Rai "Mare Fuori" «Non esiste quella roba - attacca il direttore dell'Ipm bolognese, Lorenzo Roccaro - e anzi è piena di str. Lì fanno vedere i ragazzi con i gioielli quando qui facciamo la guerra per fargli togliere le collanine perché è pericoloso». E proprio nell'istituto di via del Pratello verrà realizzata una sorta di contro-serie in quattro puntate, girata dagli stessi detenuti e dal titolo " Vero mare dentro", che mostrerà «com'è fatto veramente il carcere» , chiarisce Roccaro. Da luglio i lavori all'istituto Intanto, i lavori all'Ipm continuano. «A luglio - rivela il direttore - riapriremo il Centro di prima accoglienza della comunità per minori, mentre i lavori aggrediranno l'istituto vero e proprio a partire dalla metà di luglio e quindi siamo già a una capienza ridotta. In questo momento abbiamo 29 ragazzi, che diventeranno 22 entro l'inizio del cantiere» e non ne arriveranno di nuovi. Per quanto riguarda poi il personale di Polizia penitenziaria, in questo momento «siamo a pieno organico

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

» perché «sono appena stati assunti sette agenti», due sono andati via «e quindi il saldo è più cinque», conclude Roccaro.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

corrieredibologna.it

Area Emilia Romagna

Bologna, la storia quattro giovani artiste palestinesi per un mese all'Accademia delle Belle Arti: «Qui per imparare nuove tecniche e modalità di fare arte»


corrieredibologna.it

Bologna, la storia quattro giovani artiste palestinesi per un mese all'Accademia delle Belle Arti: «Qui per imparare nuove tecniche e modalità di fare arte»

06/12/2026 17:39 Fernando Pellerano

Noran, Carmel, Hadeel e Natal provengono dalla Visual Arts Forum di Ramallah, in Cisgiordania. A fine mese la mostra conclusiva della residenza con i lavori sviluppati nelle aule di via Belle Arti «Questa cosa finirà, deve finire, ne siamo certe». C'è un oceano di speranza nelle parole, e ancor di più nello sguardo, di Noran, Carmel, Hadeel e Natal. Quattro giovanissime studentesse palestinesi della Visual Arts Forum di Ramallah, in Cisgiordania, arrivate a Bologna pochi giorni fa, ora in residenza artistica per un mese all'Accademia delle Belle Arti grazie a un progetto di collaborazione promosso fra i due istituti. L'artefice di questo ponte fra Bologna e Ramallah è stato il duo artistico bolognese Antonello Ghezzi (Nadia Antonello e Paolo Ghezzi) che nella West Bank ha trascorso un lungo periodo in seguito al premio assegnato dall'Anna Lindh Foundation, istituzione intergovernativa euro-mediterranea dedicata al dialogo interculturale. Lì hanno conosciuto una realtà, «solo andandoci si può comprendere lo stato delle cose», che meritava un'opportunità . Da quella terra senza pace sono arrivate loro, ora seguite dal docenti di Ababo e in particolare dal professor Carlo Branzaglia. La cerimonia Venerdì 12 giugno in Aula Magna, una informale cerimonia di assegnazione delle residenze, con l'intervento in remoto di Deema Ershaid, direttrice del VAF nell'ambito di Open Tour, tradizionale evento di fine anno che invade e gallerie cittadine delle opere degli studenti. A fine mese la mostra conclusiva della residenza con i lavori sviluppati nelle aule di via Belle Arti, ora aperte per l'Openshow di fine anno. Ospitalità possibile grazie al contributo di alcuni partner: Legacoop, Camst e Coop Alleanza 3.0, Camplus, Scuderie Future Food Living Lab, Fondazione Gramsci Emilia-Romagna e Parsec. I racconti Dunque sì, «questa cosa finirà». «Quando la Palestina sarà libera potremo finalmente andare al mare, uscire dalla città senza dover passare dai vari controlli», dice Carmel Khalil, in inglese. E lo dice sorridendo. Il mare e la spiaggia sono lì, a pochi chilometri, ma c'è chi c'è stato solo una volta o anche mai. Da Ramallah (e non solo) se le autorità israeliane non vogliono, non si esce. «Anche all'interno non sempre ci si può spostare. Ogni giorno controlliamo sullo smartphone se i check point sono aperti per poter andare all'Università. Ogni giorno c'è quella difficoltà». I racconti sono sereni. C'è una grazia mediorientale nelle loro risposte, distantissima dai toni occidentali (spesso stressati per nulla). Il viaggio Aver avuto il visto per espatriare è stato qualcosa di speciale. Il viaggio è stato però molto faticoso. «È durato praticamente due giorni, non abbiamo dormito», dice Natal Khaseep che con la sua pittura presenterà un lavoro 'emozionale' sulla perdita delle persone e sulle costrizioni. È lei a spiegare l'itinerario del viaggio: Ramallah, Gerico (con strada bloccata), attraversamento del confine israelo-palestinese-giordano (con pedaggio) per arrivare in autobus ad Amman, quindi sosta

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in attesa del volo per Atene, altro scalo di 6 ore e poi a Bologna. Da un'alba all'altra. Per loro non ci sono voli diretti Tel Aviv-Roma. «Noi palestinesi abbiamo la carta verde, gli israeliani la blu: loro possono andare in aeroporto, noi con la verde non possiamo. Per questo abbiamo dovuto fare un altro tragitto», dice Hadeel Quran. Anche in questo caso, il racconto di una privazione avviene in modo solare. Lei disegna a carboncino, concentrandosi sullo stato psicologico dell'individuo: il progetto sarà sul senso del viaggio, «che per un palestinese è un elemento per rinnovare il proprio dolore o in qualche modo risolverlo». Le opere «È la prima volta che esco dalla Palestina», racconta Noran Abu Muhsen che si muove fra performance e scultura. Il suo progetto: un corpo che cerca di volare (era il suo sogno da bambina) ma cade, però si rialza, vola di nuovo e cade ancora per ripartire, sempre dal basso: «la circolarità della vita». Non si affrontano argomenti di politica internazionale o interna. Non ce n'è bisogno. Basta ascoltarle mentre parlano della loro terra. «È molto piacevole e amabile con la quale abbiamo una forte connessione: è la nostra terra». «Da noi la cosa importante è lo spirito di comunità. È molto forte, questo aiuta le persone a rapportarsi con la guerra. Le nostre famiglie sono là e sentiamo tutta la loro forza», precisa Carmel, istruttrice presso il VAF. Il suo lavoro esplora temi di vita quotidiana e lotte collettive legate alla realtà palestinese, utilizzando la narrazione visiva per documentare esperienze vissute: «la comprensione collettiva degli elementi visuali è uno strumento base su cui comunicare e ha a che fare con la comunità». Il rientro È nella comunità che si produce la resilienza per andare avanti in quei territori martoriati, che da 'occupati', ignorando nei decenni le risoluzioni dell'Onu, non sono stati mai liberati, anzi. In Cisgiordania non c'è la stessa situazione 'disperatissima' di Gaza, ma la violenza è quotidiana. Eppure si procede. «È una condizione condivisa con i nonni, con i genitori, con i fratelli. Per noi è importante continuare a fare le cose, a lavorare, a studiare, a vivere». È una modalità di vita 'stabile', radicata. Difficile definirla normale, ma è quella. «Ci informiamo in rete, abbiamo i social e poi c'è Al Jazeera». E ora Bologna. «Ci piace, siamo qui per imparare nuove tecniche e nuove modalità di fare arte, incontrare delle persone e conoscere un ambiente completamente nuovo», «quando diciamo che siamo palestinesi sentiamo molta empatia, spontanea e gentile, non è compassione, voglio sapere cosa succede da noi, si entra in contatto». Nessun problema di ambientamento, sono abituate ad altre 'difficoltà'. A fine mese il rientro a Ramallah. I loro occhi si illuminano. «Torneremo nel nostro paese, nella terra e dalle persone che amiamo».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Estense

Area Emilia Romagna

Libri nel Parco apre con Bebo Guidetti de Lo Stato Sociale


Estense

Libri nel Parco apre con Bebo Guidetti de Lo Stato Sociale

06/13/2026 00:03

Lunedì 15 giugno il Parco Pareschi inaugura Libri nel Parco, il nuovo ciclo di incontri con gli autori promosso da Arci Ferrara con LibrerieCoop e Coop Alleanza 3.0. Il primo appuntamento è con Alberto «Bebo» Guidetti, tra i fondatori de Lo Stato Sociale, che presenta il suo "Il capitale musicale" (Timeo). A moderare l'incontro è Marco Trulli, responsabile Cultura di Arci Nazionale. L'ingresso è libero: la zona bar del Parco apre alle 17:30, la presentazione comincia alle 18:15. A seguire, alle 21.30, la proiezione di "Con la pioggia dentro", il documentario di Matteo Berruto dedicato a Giorgio Canali. Proprio Canali sarà presente per incontrare il pubblico. Sottotitolato Guida all'ascolto della governance algoritmica, il libro parte dalla musica per spiegare il capitalismo della sorveglianza. Dalla beatlemania a Napster, dal CD allo streaming, Guidetti ricostruisce come l'industria musicale abbia anticipato sulla propria pelle ogni svolta tecnologica e commerciale, fino agli artisti di oggi trasformati in creator e a un conformismo algoritmico che riduce le canzoni a «carta da parati emotiva». Tra esperienza diretta della vita in tour e riferimenti teorici, il discorso arriva alle domande del presente: cosa accadrà quando il dynamic pricing si estenderà a ogni consumo, e quali spazi di libertà restano dentro le piattaforme. Tra i fondatori de Lo Stato Sociale, Guidetti affianca alla musica una lunga attività di autore (ha pubblicato con Rizzoli, Feltrinelli, Il Saggiatore e altri editori) e di divulgatore: conduce i podcast Parlo da solo e Il capitale musicale e nel 2024 ha portato in tour il monologo Qualcuno con cui parlare. La stessa sera, alle 21:30, l'Arena Coop Alleanza 3.0 inaugura anche la rassegna cinematografica Accadde Domani con Con la pioggia dentro, ritratto del musicista Giorgio Canali.

Lunedì 15 giugno il Parco Pareschi inaugura Libri nel Parco, il nuovo ciclo di incontri con gli autori promosso da Arci Ferrara con LibrerieCoop e Coop Alleanza 3.0. Il primo appuntamento è con Alberto «Bebo» Guidetti, tra i fondatori de Lo Stato Sociale, che presenta il suo "Il capitale musicale" (Timeo). A moderare l'incontro è Marco Trulli, responsabile Cultura di Arci Nazionale. L'ingresso è libero: la zona bar del Parco apre alle 17:30, la presentazione comincia alle 18:15. A seguire, alle 21.30, la proiezione di "Con la pioggia dentro", il documentario di Matteo Berruto dedicato a Giorgio Canali. Proprio Canali sarà presente per incontrare il pubblico. Sottotitolato Guida all'ascolto della governance algoritmica, il libro parte dalla musica per spiegare il capitalismo della sorveglianza. Dalla beatlemania a Napster, dal CD allo streaming, Guidetti ricostruisce come l'industria musicale abbia anticipato sulla propria pelle ogni svolta tecnologica e commerciale, fino agli artisti di oggi trasformati in creator e a un conformismo algoritmico che riduce le canzoni a «carta da parati emotiva». Tra esperienza diretta della vita in tour e riferimenti teorici, il discorso arriva alle domande del presente: cosa accadrà quando il dynamic pricing si estenderà a ogni consumo, e quali spazi di libertà restano dentro le piattaforme. Tra i fondatori de Lo Stato Sociale, Guidetti affianca alla musica una lunga attività di autore (ha pubblicato con Rizzoli, Feltrinelli, Il Saggiatore e altri editori) e di divulgatore: conduce i podcast Parlo da solo e Il capitale musicale e nel 2024 ha portato in tour il monologo Qualcuno con cui parlare. La stessa sera, alle 21:30, l'Arena Coop Alleanza 3.0 inaugura anche la rassegna cinematografica Accadde Domani con Con la pioggia dentro, ritratto del musicista Giorgio Canali.

Estense

Area Emilia Romagna

"Con la pioggia dentro" inaugura Accadde Domani, con Giorgio Canali ospite all'Arena


"Con la pioggia dentro" inaugura Accadde Domani, con Giorgio Canali ospite all'Arena

06/13/2026 00:06

Lunedì 15 giugno l'Arena Coop Alleanza 3.0 al Parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, presenta "Con la pioggia dentro", il documentario di Matteo Berruto dedicato a Giorgio Canali. La proiezione inaugura Cinema in Festa e, soprattutto, la rassegna Accadde Domani, promossa e finanziata da Agis e Fice Emilia Romagna, e si tiene alla presenza del regista e dello stesso Giorgio Canali. Inizio film alle ore 21:30, apertura cancelli alle 20:45. Poco prima, alle 18.15, inaugura Libri nel Parco, il nuovo ciclo di incontri con gli autori promosso da Arci Ferrara con LibrerieCoop e Coop Alleanza 3.0. Il primo appuntamento è con Alberto «Bebo» Guidetti, tra i fondatori de Lo Stato Sociale, che presenta il suo "Il capitale musicale" (Timeo). Correggio, 2022. Alla soglia dei sessantacinque anni, Canali affronta l'ennesimo trasloco, occasione per raccogliere i pezzi di una vita vissuta sempre contro. Berruto, che firma anche la produzione di questo documentario indipendente, lo ha seguito per quattro anni con la camera a mano, nel quotidiano, alle prove e sui palchi: ne esce non un racconto nostalgico ma l'immersione in un presente ancora in movimento, scandito dai concerti nei piccoli club, dal legame con la sorella Monica e da un nuovo amore. Tra i luoghi del film c'è Villa Pirondini, dove Canali registrò l'ultimo album dei CCCP - Fedeli alla linea; all'orizzonte, un nuovo disco con i Rossofuoco e un tour celebrativo con Le Luci della Centrale Elettrica. Voce e chitarra tra le più riconoscibili del rock indipendente italiano, Canali è stato tecnico del suono e poi chitarrista dei CCCP - Fedeli alla linea, ha fondato i CSI ed è passato per i PGR, prima di costruire la sua strada solista con i Rossofuoco. Come produttore ha lavorato, tra gli altri, con Le Luci della Centrale Elettrica, gli Afterhours, i Tre Allegri Ragazzi Morti e Lo Stato Sociale. Anarchico e antiautoritario, ha sempre scelto palchi bassi, prezzi popolari e un rapporto diretto con il pubblico. A Ferrara ha vissuto a lungo: per lui questa serata è, prima di tutto, un ritorno a casa. L'Arena al Parco Pareschi è organizzata da Arci Ferrara, con il sostegno di Coop Alleanza 3.0, Legacoop Estense, Assicoop Modena & Ferrara, Cooperativa Castello, Copma, CPR System, AltraQualità, CIDAS, AVIS Provinciale e Comunale, AGIS e FICE Emilia Romagna, Krifi Torrefazione e Globalambiente, con il patrocinio del Comune di Ferrara, dell'Università degli Studi di Ferrara e della Regione Emilia-Romagna.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Modena Today

Area Emilia Romagna

Al Supercinema Estivo sotto le stelle: il programma delle proiezioni di giugno


Modena Today

Al Supercinema Estivo sotto le stelle: il programma delle proiezioni di giugno

06/12/2026 15:12

vedi articolo Il meglio del cinema italiano e internazionale, i film più premiati e tanti ospiti: mercoledì 11 giugno prende il via la stagione del SuperCinema Estivo di Modena, con la formula ormai consolidata. Il programma di giugno Come dicevamo, la stagione di film sotto le stelle si apre giovedì 11 giugno con la rassegna "Accadde domani: un anno di cinema italiano" in collaborazione con Fice che presenta " Le città di pianura " di Francesco Sossai presentato da uno dei protagonisti, Pierpaolo Capovilla, e prosegue domenica 14 con " La grazia " di Paolo Sorrentino, un'ode comica e malinconica sulla condizione umana. Vincitore del Premio Francesco Pasinetti come miglior film italiano alla Mostra Internazionale d'arte cinematografica di Venezia 2025 e lunedì 15 " Le cose non dette " di Gabriele Muccino, che racconta della sottilissima linea tra bene e male e di ciò che scorre in mezzo alle nostre vite travolgendole spesso come un fiume in piena, con Stefano Accorsi e Miriam Leone. Martedì 16 è la volta della Palma d'Oro 2025: " Un semplice incidente " di Jafar Panahi, che scontata la pena inflittagli dal regime iraniano, gira un film in cui la denuncia si fa durissima anche se nell'involucro di una apparente commedia. Sempre per la rassegna di cinema italiano, mercoledì 16 troviamo con " Gioia mia " film d'esordio di Margherita Spampinato, un film nostalgico che guarda ad un'estate italiana che forse non esiste più, presentato dall'attrice Aurora Quattrocchi, premiata come migliore attrice protagonista ai David di Donatello e mercoledì 17 " Che Dio perdona tutti " di Pif, che sarà presente in arena per salutare il pubblico. Il film si basa sul suo omonimo romanzo pubblicato nel 2018 e ispirato ad un incontro fra il regista e Papa Bergoglio. Il 23 giugno " La vita va così " di Riccardo Milani, un racconto ironico e appassionante lungo vent'anni, che riflette sulle radici e i cambiamenti, mentre giovedì 25 arriva " Cinque secondi " di Paolo Virzì, che si chiede che cos'è un padre e riflette sulle seconde occasioni, sulla perdita e sulla tenerezza. Il 30 giugno è la volta di " Primavera " di Damiano Michieletto, vincitore di quattro David di Donatello, ispirato al romanzo "Stabat Mater" di Tiziano Scarpa che parla dell'ingiustizia della condizione femminile e del potere della musica. Oltre ai film italiani, la rassegna propone le proiezioni delle opere più premiate e discusse della stagione trascorsa: si parte venerdì 12 con " Sentimental value " di Joachim Trier, premiato agli Oscar 2026 come miglior film internazionale, che racconta la storia di due sorelle che affrontano il ritorno del padre regista e l'arrivo di una star americana che sconvolge gli equilibri della loro fragile famiglia, mentre sabato 13 arriva " Il diavolo veste Prada 2 " di David Frankel che segue la lotta di Miranda Priestly contro Emily Charlton, la sua ex assistente diventata dirigente rivale, mentre competono per gli introiti pubblicitari in un periodo di declino della carta stampata e mentre Miranda si avvicina alla pensione. Nel cast Meryl Streep e

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Modena Today

Area Emilia Romagna

Anne Hathaway che tornano nei loro iconici ruoli a vent'anni dall'uscita del primo iconico film. Il 21 giugno uno dei film più discussi: " The Drama " di Kristoffer Borgli, con Zendaya e Robert Pattinson, una commedia surreale che rompe le convenzioni sociali e parla di ognuno di noi e mercoledì 24 " Buen Camino " di Genano Nunziante con protagonista Checco Zalone, che si è aggiudicato il Premio dello Spettatore ai David di Donatello, e che trasforma il camminare in una metafora per attraversare la vita. Venerdì 26 arriva " Norimberga " di James Vanderbilt, che partendo dal tribunale internazionale istituito dopo la Seconda Guerra Mondiale mette in scena un corpo a corpo intellettuale tra Hermann Goring e lo psichiatra americano incaricato di fargli una valutazione di salute mentale. Il 27 giugno arriva " Hamnet " di Chloé Zhao, che racconta la morte del figlio di Shakespeare dal punto di vista della moglie Anne, fonte di dolore e ispirazione per la nascita di "Amleto". Con Paul Mescal e Jessie Buckley, premiata come migliore attrice protagonista agli Oscar; domenica 28 l'ultima opera di Pedro Almodovar, " Amarga Navidad ", dove il regista torna nella sua Spagna per parlare di elaborazione del lutto ma anche di ritmi frenetici della vita, mentre lunedì 29 arriva " La tenerezza " di Carine Tardieu, tratto dal romanzo "L'Intimité" di Alice Ferney, una storia di affetti incrociati, un'ode alla solidarietà di incredibile delicatezza. Supercinema Extra, una pizza piena di cultura, sport e socialità In piazza Panini torna SuperCinema Extra , un cartellone di iniziative per animare il Parco della Creatività negli spazi vicino all'ingresso dell'arena con tante iniziative per famiglie, adulti, ragazzi e bambini: dal 16 giugno, per quattro martedì alle 20, la rassegna " Scrittrici sotto le stelle " in collaborazione con Ubik Modena, che apre con Chiara Tagliaferri che presenta "Arkansas" (Mondadori) e prosegue il 23 con Silvia Grasso e il suo "Le differenze che stiamo attraversando" (Mimesis) e il 30 con Sara Rattano con "Il vestito di mia madre. Storia di Sara Mattei, antifascista" (Piemme). Mercoledì 17 e 24 serata di corti teatrali con " Primati " a cura di Drama Teatro e Bonobo Teatro. Per entrambe le rassegne sarà allestito un salottino. A giugno tutti i sabati mattina dalle 10 alle 11 ginnastica tonica con Alessandra Albiati di Asia Modena e dalle 10.30 alle 12 laboratori per bambine e bambini con Arci Modena. Sempre per i più piccoli, tutti i giovedì pomeriggio dalle 17.30 alle 19 laboratori musicali. Le iniziative sono a ingresso libero, gratuito e senza prenotazione. SuperCinema Extra 2.0 è a cura di Supercinemaestivo Aps, Arci Modena, Coop Alleanza 3.0 in collaborazione con realtà del territorio, con il sostegno della Fondazione di Modena e il patrocinio del Comune di Modena. Informazioni e accessibilità A giugno le proiezioni iniziano alle 21.45, la biglietteria apre un'ora prima dello spettacolo. Biglietteria online (solo biglietti interi) suwww.webtic.it fino all'inizio della proiezione con accesso diretto alla sala, senza passaggio in biglietteria, il pubblico quindi potrà sedersi nella posizione desiderata. Presso la biglietteria è sempre possibile acquistare biglietti in prevendita. Dall'11 giugno al 18 giugno biglietto intero 6,50 - ridotto 5 (per bambini/e fino a 14 anni, persone over 65 anni, soci/e Arci, soci/e Coop Alleanza 3.0, studenti/esse Unimore). Dal 19 giugno a fine stagione per i film italiani e europei aderenti a Cinema Revolution: posto unico 3,50 (valore nominale del biglietto

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

6,50); per i film di altre nazionalità o non aderenti a Cinema Revolution: biglietto intero 6,50 - ridotto 5 (per bambini/e fino a 14 anni, persone over 65 anni, soci/e Arci, soci/e Coop Alleanza 3.0, studenti/esse Unimore). Per la serata del 19 giugno: biglietto unico a 5. Scrivere a modenasupercinemaestivo@gmail.com per informazioni relative a gruppi di centri di accoglienza, comunità minori, strutture protette.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MarcheNews24

Area Marche e Abruzzo

Macerata Racconta, Le Attrazioni della sedicesima edizione

Redazione Marchenews


MarcheNews24

Macerata Racconta, "Le Attrazioni" della sedicesima edizione

06/12/2026 09:10 Redazione Marchenews

Con il tuo consenso, i tuoi dati possono essere utilizzati per quanto segue: Pubblicità e contenuti personalizzati, misurazione delle prestazioni dei contenuti e degli annunci, ricerche sul pubblico, sviluppo di servizi; Dati di geolocalizzazione precisi e identificazione attraverso la scansione del dispositivo. Dal 30 giugno il festival letterario che animerà Macerata fino al 5 luglio con importanti ospiti nazionali, mostre, spettacoli e incontri accreditati per la formazione professionale. Tutti gli eventi sono a ingresso gratuito MACERATA – Dal 30 giugno al 5 luglio 2026 Macerata torna a essere al centro della parola e della cultura con la sedicesima edizione di Macerata Racconta. Il festival letterario, ideato e organizzato dall'Associazione Culturale ConTesto, in collaborazione con la Città di Macerata e l'Università di Macerata, che propone un fitto calendario di incontri incentrati sul tema portante di questa edizione: "Le Attrazioni". Il direttore artistico Giorgio Pietrani spiega così la scelta de tema: "L'essere umano è essenzialmente un essere in relazione, attratto e definito da ciò che è fuori di sé. Esploreremo l'attrazione come quella forza esterna e invisibile capace di accendere la nostra curiosità, di muoverci verso traiettorie inesplorate, di innescare desideri o spingerci a sperimentare il proibito. Attraverso la letteratura, capace di dare forma e significato a questa forza vitale, proveremo a trasformare la fascinazione delle storie da esperienza individuale a momento di condivisione collettiva". I numeri della sedicesima edizione Il festival, in questa nuova veste estiva, si conferma come uno degli appuntamenti culturali più dinamici e ramificati della città, forte di una struttura che mette in rete l'intero tessuto cittadino: 6 giornate di programmazione continuativa, dal martedì alla domenica. 35 appuntamenti complessivi in cartellone, suddivisi tra presentazioni letterarie, reading musicali, spettacoli e laboratori dedicati ai più piccoli. 40 ospiti di rilievo dal panorama letterario, artistico, accademico e mediatico nazionale. 4 esposizioni artistiche 15 luoghi nel centro

Con il tuo consenso, i tuoi dati possono essere utilizzati per quanto segue: Pubblicità e contenuti personalizzati, misurazione delle prestazioni dei contenuti e degli annunci, ricerche sul pubblico, sviluppo di servizi; Dati di geolocalizzazione precisi e identificazione attraverso la scansione del dispositivo. Dal 30 giugno il festival letterario che animerà Macerata fino al 5 luglio con importanti ospiti nazionali, mostre, spettacoli e incontri accreditati per la formazione professionale. Tutti gli eventi sono a ingresso gratuito MACERATA – Dal 30 giugno al 5 luglio 2026 Macerata torna a essere al centro della parola e della cultura con la sedicesima edizione di Macerata Racconta. Il festival letterario, ideato e organizzato dall'Associazione Culturale ConTesto, in collaborazione con la Città di Macerata e l'Università di Macerata, che propone un fitto calendario di incontri incentrati sul tema portante di questa edizione: "Le Attrazioni". Il direttore artistico Giorgio Pietrani spiega così la scelta de tema: "L'essere umano è essenzialmente un essere in relazione, attratto e definito da ciò che è fuori di sé. Esploreremo l'attrazione come quella forza esterna e invisibile capace di accendere la nostra curiosità, di muoverci verso traiettorie inesplorate, di innescare desideri o spingerci a sperimentare il proibito. Attraverso la letteratura, capace di dare forma e significato a questa forza vitale, proveremo a trasformare la fascinazione delle storie da esperienza individuale a momento di condivisione collettiva. I numeri della sedicesima edizione Il festival, in questa nuova veste estiva, si conferma come uno degli appuntamenti culturali più dinamici e ramificati della città, forte di una struttura che mette in rete l'intero tessuto cittadino: 6 giornate di programmazione continuativa, dal martedì alla domenica. 35 appuntamenti complessivi in cartellone, suddivisi tra presentazioni letterarie, reading musicali, spettacoli e laboratori dedicati ai più piccoli. 40 ospiti di rilievo dal panorama letterario, artistico, accademico e mediatico nazionale. 4 esposizioni artistiche 15 luoghi nel centro storico, trasformano la città in un palcoscenico a cielo aperto. Gli eventi abiteranno spazi prestigiosi come Palazzo Buonaccorsi, l'Orto dei Pensatori, piazza Vittorio Veneto, il nuovo Auditorium San Rocco, la Biblioteca Mozzi Borgetti, la Biblioteca Statale, la Galleria Beligatti, la Galleria Antichi Forni, il Museo della Scuola P. O. Ricca e il Museo Civico di Storia Naturale, le librerie: Bottega del Libro, Del Monte, Feltrinelli, Giunti al Punto e il Cinema Italia Un programma ricco di grandi nomi Il cartellone di questa sedicesima edizione del festival propone un parterre di ospiti eccezionali che si interrogheranno sulle grandi attrazioni, contraddizioni e speranze del nostro tempo: Antonio Manzini: il creatore del vicequestore Rocco Schiavone racconterà al pubblico il fascino della figura dell'antieroe. Gino Castaldo ed Ema Stokholma: si fronteggeranno in un'imperdibile sfida musicale e visiva tra gli anni '80 e '90. Vito Mancuso: il

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

teologo e filosofo indagherà la duplicità della figura umana e divina di Gesù e Cristo, districando la Storia dall'Idea. Patrizia Valduga: una delle voci più potenti della poesia italiana contemporanea esplorerà la gravità dell'equilibrio tra memoria e desiderio. Dario Ferrari: brillante scrittore tra i più letti, parlerà dell'irresistibile fascino del fallimento. Edoardo Camurri: filosofo e comunicatore, spiegherà l'importanza di abbandonarsi alla Vita che brucia. Giuseppe Antonelli: linguista e divulgatore, ospite fisso nel programma Splendida Cornice, svelerà il fascino segreto delle parole e il cambiamento del linguaggio a causa dei social. E poi ancora Marcello Fois, Nicola Gardini, Gaja Cenciarelli, Anna Mallamo, Ivan Sciapeconi, Umberto Piersanti solo per citare alcune delle altre personalità che arricchiranno le giornate del festival Mostre ed eventi collaterali Accanto agli incontri letterari, il festival ospiterà quattro diverse esposizioni artistiche aperte nel cuore della città: L'attrazione delle parole: mostra d'arte contemporanea a cura di Paolo Gobbi con la collettiva degli studenti della scuola di pittura dell'Accademia di Belle Arti di Macerata (Galleria Beligatti). L'eleganza nell'istante: ritratti di donna dagli Archivi Fotografici Balelli 1850-1950, a cura del Centro Studi Carlo Balelli (Spazi IMC Piazza della Libertà). Sculture: mostra personale di Sandro Piermarini (Orto dei Pensatori). The Lighting Cracks: esposizione pittorica di Paola Folicaldi Suh incentrata sull'antica arte del Kintsugi (Galleria Antichi Forni). Non mancheranno momenti di spettacolo e musica come il live cabaret 45 Giri con Isabella Carloni, Giovanni Seneca e Francesco Savoretti, il reading musicale Il figlio di Forrest Gump con Angelo Ferracuti e Paolo Capodacqua e il concerto Jazz all'Opera con la Colours Jazz Orchestra diretta da Massimo Morganti. Ci saranno anche i laboratori gratuiti dedicati alle bambine e ai bambini (Libreria Del Monte, Museo della Scuola, Feltrinelli, Giunti al Punto, Bottega del Libro e Museo Civico di Storia Naturale) e la sempre attesa Sera dei Racconti, che affascina piccoli e adulti, con il narratore Simone Maretti Inoltre, come di consueto, alcuni degli incontri in programma offriranno anche un'opportunità formativa valida per l'acquisizione di crediti per avvocati, insegnanti ed educatori. Una rete sinergica di collaborazioni territoriali Il valore e la solidità del progetto Macerata Racconta risiedono anche attraverso la fitta rete di collaborazioni strategiche che coinvolge istituzioni pubbliche, realtà accademiche, associazioni e il tessuto imprenditoriale della Regione. Il festival, oltre alla collaborazione con la Città di Macerata e l'Università degli Studi di Macerata, ha un profondo legame con il territorio, testimoniato dai patrocini di: Regione Marche, Accademia di Belle Arti di Macerata, Confartigianato di Macerata-Ascoli Piceno-Fermo, Camera di Commercio delle Marche, Garante Regionale dei Diritti della Persona, Ordine degli Avvocati di Macerata, Fondazione Marche Cultura e i Comuni di Urbisaglia, Pollenza, Caldarola, Belforte del Chienti e Loro Piceno. e dal supporto di realtà aziendali private quali Coop Alleanza 3.0, Damiano Latini Coface For Trade e Centro Commerciale Val di Chienti. Un ruolo centrale è ricoperto dalle strutture interne dell'Ateneo maceratese, come la Scuola di Studi Superiori Giacomo Leopardi, il Museo della Scuola P.O. Ricca, il Dipartimento di Studi Umanistici e la casa editrice EUM. In particolare, per questa edizione, la manifestazione si avvale inoltre del prezioso supporto di importanti associazioni culturali del

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

territorio, tra cui: l'Associazione Sferisterio, la Società Eredi 100 Consorti, la Biblioteca Statale di Macerata, l'Associazione Musicamdo Jazz, l'Associazione Amici dello Sferisterio, la Fondazione Germozzi, Il Centro Studi Carlo Balelli, l'Associazione Amici del Museo di Storia Naturale, la Scuola Popolare di Filosofia, Il Gruppo di Lettura della Biblioteca Mozzi Borgetti e le rassegne e festival culturali affini come I Fumi della Fornace e Licenze Poetiche. Infine, una menzione speciale va alle librerie della città Bottega del libro, Del Monte, Giunti al Punto, Feltrinelli. Informazioni utili Tutti gli appuntamenti della manifestazione sono a ingresso libero e gratuito fino a esaurimento posti. In caso di maltempo, sono previste apposite sedi alternative al coperto specificatamente indicate nel programma. L'intero palinsesto e tutte le informazioni utili sono disponibili sul sito internet www.maceratataracconta.it e per rimanere aggiornati ci sono i canali social Facebook e Instagram di Macerata Racconta.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Quotidiano del Sud (ed. Basilicata)

Area Sud e Isole

Il 22 giugno uncinetti al lavoro a partire dalle 18

Viva Vittoria entra alla Coop


MATERA

«La Bruna che ti abita nel cuore»

Presentata ieri sera l'edizione 2026 della Festa patronale del 2 luglio

Ciabatti con "Donnaregina"

Il 22 giugno uncinetti al lavoro a partire dalle 18

Viva Vittoria entra alla Coop

Viva Vittoria Matera e Coop insieme per un Laboratorio di Comunità dedicato alla solidarietà e alla partecipazione Lunedì 22 giugno, dalle 18 alle 19,30 il Corner Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio ospiterà un nuovo Laboratorio di Comunità promosso nell'ambito del progetto Viva Vittoria Matera.

L'iniziativa rappresenta un'importante occasione di incontro, partecipazione e condivisione aperta a cittadini, associazioni e volontari che desiderano contribuire alla realizzazione dei caratteristici quadrati in lana o cotone di 50x50 centimetri che andranno a comporre la grande installazione pubblica di Viva Vittoria Matera, simbolo dell'impegno della comunità contro la violenza sulle donne.

Durante il laboratorio sarà possibile lavorare insieme alla realizzazione dei quadrati, conoscere più da vicino il progetto e contribuire alla sua crescita portando e donando gomitoli di lana e cotone che saranno utilizzati dalle volontarie e dai volontari impegnati nella preparazione dell'opera relazionale condivisa.

Particolarmente significativa è la collaborazione con Coop Alleanza 3.0, che ha scelto di ospitare il Laboratorio di Comunità all'interno dello Spazio Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio.

Una scelta che va oltre il semplice sostegno all'iniziativa. Attraverso questa collaborazione, l'ipermercato si conferma non soltanto come luogo dedicato al commercio e ai consumi, ma anche come spazio aperto alla vita della comunità, alle relazioni sociali, alla cultura e alla partecipazione civica.

Mettere a disposizione i propri spazi per un progetto come Viva Vittoria significa favorire l'incontro tra persone, creare occasioni di aggregazione e contribuire concretamente alla costruzione di una comunità più consapevole e solidale. Quando un luogo del commercio diventa anche un luogo di comunità, si crea valore non soltanto economico, ma anche sociale. È in questi spazi di incontro che possono nascere relazioni, partecipazione e consapevolezza.

A questo importante supporto si aggiunge la donazione di oltre 150 gomitoli di lana che Coop Alleanza 3.0 destinerà al progetto.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Sassi Live

Area Sud e Isole

Progetto Viva Vittoria Matera, Laboratorio di Comunità nel Corner Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio (Matera)


Sassi Live

Progetto Viva Vittoria Matera, Laboratorio di Comunità nel Corner Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio (Matera)

06/12/2026 11:14

Lunedì 22 giugno 2026 dalle ore 18:00 alle 19:30, il Corner Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio ospiterà un nuovo Laboratorio di Comunità promosso nell'ambito del progetto Viva Vittoria Matera. L'iniziativa rappresenta un'importante occasione di incontro, partecipazione e condivisione aperta a cittadini, associazioni e volontari che desiderano contribuire alla realizzazione dei caratteristici quadrati in lana o cotone di 50×50 centimetri che andranno a comporre la grande installazione pubblica di Viva Vittoria Matera, simbolo dell'impegno della comunità contro la violenza sulle donne. Durante il laboratorio sarà possibile lavorare insieme alla realizzazione dei quadrati, conoscere più da vicino il progetto e contribuire alla sua crescita portando e donando gomitoli di lana e cotone che saranno utilizzati dalle volontarie e dai volontari impegnati nella preparazione dell'opera relazionale condivisa. Particolarmente significativa è la collaborazione con Coop Alleanza 3.0, che ha scelto di ospitare il Laboratorio di Comunità all'interno dello Spazio Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio. Una scelta che va oltre il semplice sostegno all'iniziativa. Attraverso questa collaborazione, l'ipermercato si conferma non soltanto come luogo dedicato al commercio e ai consumi, ma anche come spazio aperto alla vita della comunità, alle relazioni sociali, alla cultura e alla partecipazione civica. Mettere a disposizione i propri spazi per un progetto come Viva Vittoria significa favorire l'incontro tra persone, creare occasioni di aggregazione e contribuire concretamente alla costruzione di una comunità più consapevole e solidale. Quando un luogo del commercio diventa anche un luogo di comunità, si crea valore non soltanto economico, ma anche sociale. È in questi spazi di incontro che possono nascere relazioni, partecipazione e consapevolezza. A questo importante supporto si aggiunge la donazione di oltre 150 gomitoli di lana che Coop Alleanza 3.0 destinerà al progetto, offrendo un contributo concreto alla realizzazione dei quadrati che andranno a comporre la grande opera relazionale condivisa di Viva Vittoria Matera. L'invito è rivolto a tutti: esperti di maglia e uncinetto, principianti, curiosi e cittadini che vogliono offrire il proprio contributo a una grande esperienza collettiva di solidarietà. Non è necessario avere particolari competenze: ciò che conta è la volontà di partecipare e condividere un momento di impegno e vicinanza. Viva Vittoria è un progetto nazionale nato per sensibilizzare sul tema della violenza maschile contro le donne attraverso la forza delle relazioni e della partecipazione collettiva. Ogni quadrato realizzato rappresenta un gesto concreto di attenzione e responsabilità verso una causa che riguarda l'intera società. L'appuntamento è quindi per lunedì 22 giugno, dalle ore 18:00 alle 19:30, presso il Corner Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio. Un'occasione per tessere insieme fili, relazioni e comunità. Per informazioni e aggiornamenti è possibile seguire

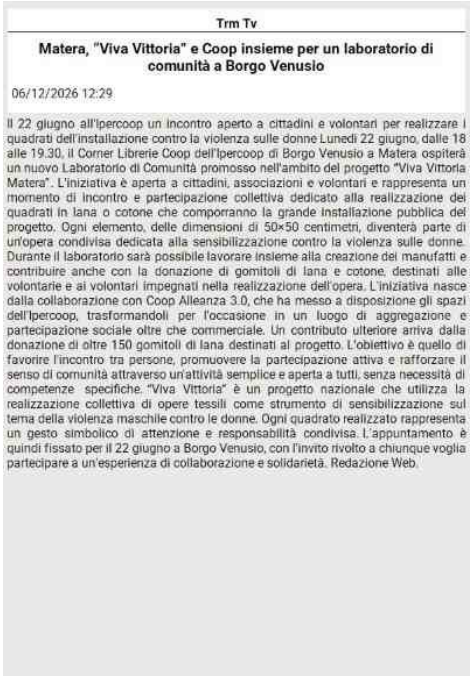
Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

le pagine social di Viva Vittoria Matera e di IperCoop Matera Borgo Venusio:.

Trm Tv

Area Sud e Isole

Matera, "Viva Vittoria" e Coop insieme per un laboratorio di comunità a Borgo Venusio



Trm Tv

Matera, "Viva Vittoria" e Coop insieme per un laboratorio di comunità a Borgo Venusio

06/12/2026 12:29

Il 22 giugno all'Ipercoop un incontro aperto a cittadini e volontari per realizzare i quadrati dell'installazione contro la violenza sulle donne Lunedì 22 giugno, dalle 18 alle 19.30, il Corner Librerie Coop dell'Ipercoop di Borgo Venusio a Matera ospiterà un nuovo Laboratorio di Comunità promosso nell'ambito del progetto "Viva Vittoria Matera". L'iniziativa è aperta a cittadini, associazioni e volontari e rappresenta un momento di incontro e partecipazione collettiva dedicato alla realizzazione dei quadrati in lana o cotone che comporranno la grande installazione pubblica del progetto. Ogni elemento, delle dimensioni di 50×50 centimetri, diventerà parte di un'opera condivisa dedicata alla sensibilizzazione contro la violenza sulle donne. Durante il laboratorio sarà possibile lavorare insieme alla creazione dei manufatti e contribuire anche con la donazione di gomitoli di lana e cotone, destinati alle volontarie e ai volontari impegnati nella realizzazione dell'opera. L'iniziativa nasce dalla collaborazione con Coop Alleanza 3.0, che ha messo a disposizione gli spazi dell'Ipercoop, trasformandoli per l'occasione in un luogo di aggregazione e partecipazione sociale oltre che commerciale. Un contributo ulteriore arriva dalla donazione di oltre 150 gomitoli di lana destinati al progetto. L'obiettivo è quello di favorire l'incontro tra persone, promuovere la partecipazione attiva e rafforzare il senso di comunità attraverso un'attività semplice e aperta a tutti, senza necessità di competenze specifiche. "Viva Vittoria" è un progetto nazionale che utilizza la realizzazione collettiva di opere tessili come strumento di sensibilizzazione sul tema della violenza maschile contro le donne. Ogni quadrato realizzato rappresenta un gesto simbolico di attenzione e responsabilità condivisa. L'appuntamento è quindi fissato per il 22 giugno a Borgo Venusio, con l'invito rivolto a chiunque voglia partecipare a un'esperienza di collaborazione e solidarietà. Redazione Web.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Aise.it

Area Sud e Isole

Salento Book Festival 2026: domenica torna La Festa dei Libri, la Movida dei Lettori

Editrice Sogedi


Aise.it

Salento Book Festival 2026: domenica torna La Festa dei Libri, la Movida dei Lettori

06/12/2026 15:56 Editrice Sogedi

LECCE\ aise\ - Al via domenica 14 giugno la XVI edizione del Salento Book Festival , rassegna itinerante dedicata ai libri, che trasforma piazze, giardini, castelli in palcoscenici letterari, organizzata dall'associazione culturale Festival Nazionale del Libro, ideata e diretta dal giornalista e autore TV Gianpiero Pisanello , con Antonella Lattanzi e Massimo Bernardini nel ruolo di co-direttori. Per tutta l'estate, " La Festa dei Libri, la Movida dei Lettori " fa tappa in 18 comuni del Salento pronti ad ospitare gli incontri d'autore, con alcuni tra gli scrittori e le scrittrici più amati che presentano i propri ultimi lavori editoriali. Aradeo, Castrignano dei Greci, Collepasso, Copertino, Cutrofiano, Galatone, Leverano, Melpignano, Muro Leccese, Nardò, Racale, San Cesario di Lecce, Secli, Specchia, Spongano, Taurisano, Taviano e Tiggiano saranno ancora una volta tappe di un lungo percorso tra le pagine e le storie fino a settembre. Con l'obiettivo di portare i libri ovunque, si aggiungono poi tre eventi speciali: a Lecce da Futuro Remoto Gioielli, a Tuglie da Thuje e a Maglie da Candido 1859. Come lo scorso anno, ci sarà anche un appuntamento extra Salento, nella sede del Consiglio Regionale della Puglia, a Bari, in autunno. OSPITI 2026 Speciale l'apertura di questa nuova edizione domenica 14 giugno a Nardò, con un incontro dedicato alla musica, all'improvvisazione e alla dimensione collettiva del jazz. Protagonisti il pianista e compositore Stefano Bollani e la regista e attrice Valentina Cenni, che presentano il docufilm Tutta Vita. Il film racconta il percorso creativo di un gruppo di fuoriclasse del jazz (e non solo) riuniti in una casa-studio per dare vita a un progetto condiviso, osservando da vicino il dialogo, l'ascolto reciproco e la libertà espressiva che caratterizzano l'improvvisazione jazz. Dopo la proiezione, Bollani e Cenni dialogheranno con la giornalista Laura Riccetti. E tanta vita scorre fra le centinaia di pagine che verranno sfogliate nelle calde serate d'estate del Salento Book festival, tra saggistica e narrativa, toccando i temi più attuali e sentiti della contemporaneità e quelli universali e senza tempo. Un ampio sguardo si aprirà sui legami familiari, sulle storie personali e sulle profondità dell'animo umano. Si entrerà nelle diverse fasi della vita nel primo romanzo di Luciana Littizzetto nel quale, con ironia e leggerezza, racconta tre donne alle prese con la mezz'età. L'attrice e comica sarà intervista da Andrea Zalone con le letture di Germana Pasquero. Serena Bortone, invece, ne racconta altre sullo sfondo degli anni Sessanta, tra matrimoni difficili e l'emancipazione femminile, e ne parla a Nardò e Taviano con la conduttrice Elisa Isoardi e con Stefano Coletta, dirigente RAI. Michela Marzano si imbatte nell'adolescenza nel nuovo romanzo Qualcosa che brilla. Antonella Lattanzi, ad Aradeo, è in doppia veste di autrice e co-direttrice artistica: nel suo libro Chiara si concentra sulle conseguenze di un'infanzia guasta e della violenza familiare, presentata dalla scrittrice, giornalista e direttrice del Salone Internazionale del Libro

di Torino Annalena Benini e, subito dopo, dialoga con Daria Bignardi che riflette sulla solitudine da un punto di vista politico, una possibilità e un luogo da cui guardare il mondo. Si addentra nelle dinamiche del complesso rapporto fra genitori e figli lo psicanalista Massimo Recalcati che a Melpignano tiene una lectio sul tema che Chiara Tagliaferri affronta da un altro punto di vista: in Arkansas. Storia di mia figlia allarga il concetto di maternità a partire dalla sua esperienza personale, diventata madre attraverso la gestazione per altri, in Italia reato universale. Anche Concita De Gregorio sceglie le storie delle persone per ribaltare ogni stereotipo sulla malattia, con la convinzione che prendersi cura degli altri sia l'unico modo per prendersi cura di sé. Ricca la sezione della narrativa con gli scrittori di successo Luca Bianchini, già direttore artistico del SBF, Gabriella Genisi, Paolo Stella e l'esordiente Yanko Tedeschi. Il magistrato Nicola Gratteri presenta il libro in cui ragiona sul valore delle seconde possibilità per riscattare un passato criminale, mentre di politica si parla con Massimo Giannini con il suo libro su Giorgia Meloni, con Antonio Caprarica che traccia un ritratto di Trump e con Luciano Violante che, con il co-direttore artistico Massimo Bernardini, fa un'analisi della crisi profonda della democrazia occidentale. La questione israelo-palestinese è al centro del libro per ragazzi di Luciana Ciliento e Carola Benedetto e di quello di Gad Lerner che si interroga sulle divisioni dell'ebraismo contemporaneo. E nello scenario di conflitti si inseriscono le parole di Don Tonino Bello raccolte nel volume di Mimma Gattulli. Serena Dandini, accompagnata da Chiara Valerio, passa in rassegna le donne che hanno fatto la Repubblica e l'avvocata e attivista Cathy La Torre, invece, le scienziate e inventrici le cui scoperte e brevetti sono stati rubati o ostacolati dai colleghi o cancellati dai libri di scuola. Di Eutanasia, cure palliative e libertà di morire volontariamente si parla con Valentina Petrini e di violenza di genere con Gino Cecchettin che torna al Salento Book con il suo libro sulla figlia Giulia. Non manca come ogni anno lo spazio dedicato ai temi religiosi: Fabio Zavattaro nel suo volume ripercorre i primi gesti e le parole di Papa Leone XIV, mentre sulla figura di San Francesco sono focalizzati i testi di Padre Enzo Fortunato, Don Luigi Epicoco e Don Cosimo Schena; sul filo della spiritualità si muove anche il thriller di Giovanni Grasso che ne discute con la giornalista Rai Eleonora Tundo. Ben Pastor, in dialogo con Massimo Bernardini, conduce i lettori in Russia, Serra Yilmaz a Istanbul, Francesca Micoccio tra Lombardia e Salento e Francesco Tarantino tra gli alberi monumentali di Puglia. A rappresentare la musica ci sono il musicista Silvio Maria Cantoro, sulla genesi di alcuni grandi successi, e il giornalista Luca De Gennaro con un tuffo negli anni Novanta, con la rivoluzione discografica e sociale che ha vissuto in prima persona. PREMIO BPER BANCA - SALENTO BOOK FESTIVAL 2026 Anche quest'anno sarà consegnato il Premio "BPER: Banca - Salento Book Festival", riconoscimento che conferma la collaborazione tra il festival diretto da Pisanello e il gruppo BPER Banca. Giuseppe Marco Litta, responsabile della Direzione Regionale Campania, Puglia, Basilicata e Molise di BPER Banca, sottolinea: Siamo felici di essere partner del Salento Book Festival e di accompagnarne la crescita da molti anni. L'appuntamento estivo col Festival si è oggi affermato come un momento clou della stagione culturale salentina. Nelle tante piazze che

la manifestazione raggiunge la lettura si trasforma in esperienza condivisa, fatta di incontri, dialogo e partecipazione. BPER sostiene questa rassegna perché crede nella lettura, un atto personale ma capace di creare comunità. Anche nel Salento portiamo i libri tra le persone, perché investire nella cultura significa investire nel futuro dei territori. A ricevere il Premio "BPER: - Salento Book Festival" 2026 sarà Luciana Littizzetto. La consegna avverrà nel corso della serata del 4 agosto. Nella stessa occasione sarà consegnato il Premio SBF ad Andrea Zalone e Germana Pasquero, per la loro storia professionale ma anche per il legame viscerale con il Salento. ARTIGIANATO E CREATIVITÀ PER SBF2026 A caratterizzare anche questa edizione del festival c'è la shopper realizzata artigianalmente in edizione limitata da La Sellerie Limited. Alberto Persano, direttore creativo La Sellerie Limited, ha voluto ringraziare profondamente Gianpiero Pisanello e tutta la famiglia del Salento Book Festival per averci affidato l'onore di realizzare questa shopper che accompagnerà il festival nelle piazze del Salento. Abbiamo immaginato questa borsa non come un semplice contenitore, ma come un piccolo manifesto itinerante della cultura. Sarà tra le mani dei lettori, custodirà libri, dediche, appunti e ricordi, diventando parte del viaggio che ogni estate il Salento Book Festival compie tra i nostri centri storici. Per questa edizione abbiamo scelto di stampare la frase Un libro mi ha portato qui, ispirata allo spot che abbiamo realizzato insieme. Nel video, un filo viene lentamente avvolto dalle mani di Gianpiero: un gesto simbolico che racconta il legame invisibile tra tutte le tappe del festival. È un filo immaginario che attraversa paesi, piazze e comunità, trasformandoli in un'unica grande piazza della cultura. Quel filo unisce autori, lettori, artisti e sognatori. Unisce chi scrive, chi racconta, chi crea bellezza. Allo stesso modo, questa shopper diventa il filo che collegherà tutti i lettori che seguiranno il Salento Book Festival 2026, trasportando libri e storie, ma soprattutto il desiderio di stare insieme attorno alla cultura. Perché ogni libro ci porta in un luogo diverso, ma quelli più importanti ci portano sempre verso gli altri. LIBRO SOSPESO Confermata anche quest'anno l'iniziativa solidale "Libro sospeso". In ogni appuntamento in programma, al banchetto dei libri sarà possibile acquistare un libro da destinare ai progetti del Reparto di Onco-Ematologia Pediatrica dell'Ospedale "V. Fazzi" di Lecce e della Caritas Diocesana di Nardò-Gallipoli. EVENTI COLLATERALI Il festival ospiterà dei talk a cura di Bper Banca, Coop Alleanza 3.0 e Accademia AMA nell'ambito del Progetto Ceper "Leggere per salvare". Alcuni autori porteranno la propria testimonianza all'interno dell'Istituto Penale per i Minorenni (IPM) di Lecce. In alcune serate sarà proiettato il cortometraggio "Il Teatro della Vita" in collaborazione con al Prefettura di Lecce per la prevenzione e il contrasto della violenza di genere. (aise).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Quotidiano di Puglia

Area Sud e Isole

Rapinatori nel market: maxi bottino


Lecce

False assunzioni per la Naspi: patronato nel mirino, 55 indagati

Rapinatori nel market: maxi bottino

Droga e lavoro irregolare, scatta il blitz Sequestrata anche la sintetica "shaboo"

Donna rapinata e palpeggiata: 6 anni e 4 mesi per un 23enne

Scompare a 74 anni Bisanti: tra i pionieri del Carnevale

Rapina a mano armata giovedì sera, intorno alle 20:30, ai danni del supermercato Coop situato in via Galatina a Sogliano Cavour. Due individui con il volto coperto, arrivati a bordo di una moto di grossa cilindrata, hanno fatto irruzione nell'esercizio commerciale a ridosso dell'orario di chiusura. Secondo le prime ricostruzioni, mentre uno dei malviventi è rimasto all'esterno in sella al mezzo con il motore acceso, il complice è entrato all'interno del locale armato di pistola. Per intimorire i presenti e farsi consegnare il denaro, l'uomo ha esploso un colpo d'arma da fuoco in aria. Ottenuto il bottino, circa 5.000 euro, i due si sono dati alla fuga facendo perdere le proprie tracce. Nonostante la paura tra i dipendenti, non si sono registrati feriti. Sul posto sono intervenuti i carabinieri della locale stazione con il supporto dei colleghi della compagnia di Gallipoli, ai quali sono state affidate le indagini. I militari hanno avviato i primi rilievi e acquisito le immagini dei sistemi di videosorveglianza della zona per identificare i responsabili. Resta tuttavia alto l'allarme nel Salento per la recrudescenza delle rapine nelle attività commerciali. Lo scorso 3 giugno a Casarano un altro episodio: tre malviventi armati hanno fatto irruzione in un centro diagnostico, facendosi consegnare l'incasso della giornata. I rapinatori si sono presentati alla reception della struttura medica "Città di Casarano". Arrivati a bordo di una Fiat Panda grigia (che dai successivi accertamenti è risultata essere stata rubata a Cutrofiano) e, armati uno di fucile, uno di coltello e uno di taglierino, si sono fatti consegnare il denaro dai dipendenti. A.Taf © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Milano Finanza

Controllate e partecipate

Quelle azioni in Palio

Banche/1L'opas di Intesa Sanpaolo su Mps apre la seconda fase del risiko del credito Tra controfferte, rilanci e arrocchi il mercato inizia a posizionarsi sui titoli del settore Ancora una volta il record potrebbe segnarlo Unicredit, con un rally previsto del 20%


COPERTINA

ANALISI L'opas di Intesa Sanpaolo su Mps apre la seconda fase del risiko del credito Tra controfferte, rilanci e arrocchi il mercato inizia a posizionarsi sui titoli del settore Ancora una volta il record potrebbe segnarlo Unicredit, con un rally previsto del 20%

Quelle azioni in Palio

L'EFFETTO DEL NUOVO RISIKO SUI TITOLI FINANZIARI

Salvatore Rossi: nel consolidamento bancario decide

Nell'ultima settimana la capitalizzazione complessiva di Piazza Affari è aumentata di circa il 3% per quasi 25 miliardi di euro. A trainare il listino milanese è stato ancora una volta il comparto finanziario, tornato sotto i riflettori dopo l'annuncio dell'opas di Intesa Sanpaolo su Mps. La mossa a sorpresa dell'istituto guidato da Carlo Messina alleato con Unipol ha riacceso il risiko bancario e potrebbe aprire una nuova stagione di controfferte, rilanci e manovre difensive.

Le aspettative del mercato si sono riflesse subito nelle quotazioni. A registrare i rialzi più marcati sono stati i titoli delle prede, con Mps e Mediobanca salite rispettivamente del 19,9% e del 18,6%. Ma il mercato ha premiato anche i predatori: Intesa ha guadagnato il 2,65%, Unipol il 15% e Bper quasi il 12%, mentre Banco Bpm, tornata pienamente contendibile, è balzata di oltre il 9%. A sostenere il comparto ha contribuito anche la nuova stretta della Bce sui tassi, ma il principale volano resta il consolidamento. Ecco come le varie case d'affari vedono le prospettive dei titoli coinvolti (vedi tabella in pagina).

La crescita di Intesa Sanpaolo. Il giudizio degli analisti sull'opas è favorevole e si concentra soprattutto sulle ricadute industriali dell'operazione. Per Equita la mossa consentirebbe a Intesa di «rafforzare ulteriormente la propria leadership in Italia», non solo attraverso «l'ulteriore sviluppo del canale bancario», ma anche diventando «il primo operatore nel credito al consumo» e rafforzando le attività di cib e wealth management grazie a Mediobanca.

Proprio su questi aspetti insistono anche gli analisti di Barclays, che giudicano positivamente il fatto che l'offerta sia «a premio» rispetto ai valori di mercato e presenti livelli di «accrescimento dell'utile per azione» comparabili a quelli delle altre operazioni considerate. La banca inglese richiama tuttavia l'attenzione su alcuni aspetti ancora da chiarire, in particolare le possibili questioni Antitrust legate alla presenza di Intesa nel capitale di Generali.

Un tema, quello del Leone, che torna anche nelle valutazioni di Bank of America. Per gli analisti di Bofa la partecipazione in Generali offre un'importante «opzionalità» strategica, perché potrebbe aprire la strada a future iniziative industriali tra i due gruppi. Sul mercato, però, l'entusiasmo per l'operazione non si è ancora tradotto in un analogo apprezzamento del titolo Intesa che da inizio anno ha perso il 5,4%.

Eppure il consenso degli analisti resta favorevole. La banca è seguita da 21 case d'affari, con 11

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

raccomandazioni di acquisto, 6 di mantenimento e 4 di vendita. Il target price medio poi si colloca a 6,76 euro, ben al di sopra della quotazione attuale di circa 5,6 euro.

La banca continua inoltre a offrire una remunerazione elevata agli azionisti, con un dividend yield superiore al 6,7% e un payout attorno al 70%.

La corsa delle target Mps-Mediobanca. Anche per Siena il giudizio degli analisti resta positivo. Secondo Barclays, l'opas rappresenta un evento positivo per Mps, che si trova oggi in una posizione favorevole indipendentemente dall'esito della partita. Anche Deutsche Bank ritiene che l'istituto conservi un significativo «valore opzionale», poiché rappresenta ormai un'esposizione indiretta a Intesa e ai potenziali benefici dell'operazione. Pur giudicando poco probabile una controfferta, la banca tedesca non esclude un possibile miglioramento delle condizioni proposte, ricordando che dinamiche analoghe si sono già viste in altre operazioni bancarie italiane.

Queste aspettative si sono riflesse pienamente in borsa.

Da inizio anno Mps è cresciuta di quasi il 13% e ha ormai superato quota 10 euro, un livello molto vicino al target price medio degli analisti di 10,64 euro. Questa circostanza limita la crescita potenziale futura ad appena il +3%, segnale che il mercato ha già incorporato gran parte del valore attribuito alle possibili aggregazioni. Un fenomeno analogo si osserva anche nella controllata Mediobanca: il titolo ha guadagnato oltre il 38% da inizio anno e quota circa l''11% sopra il target price medio del consenso. Gli effetti su Generali. Secondo Alphavalue, la vera posta in gioco dell'opas di Intesa su Mps potrebbe non essere Siena, ma il controllo degli equilibri attorno al Leone. Gli analisti osservano che Ca' de Sass «non aveva mai mostrato il minimo interesse per Mps in passato» e si chiedono perché abbia deciso di muoversi proprio ora su Mediobanca, primo azionista di Generali. Anche perché, come ricordano gli esperti, in passato Intesa aveva già sondato il mercato su una integrazione con la compagnia triestina. Non sorprende quindi che gli investitori abbiano iniziato a scommettere sul ruolo di Generali nei nuovi assetti della finanza italiana. Da inizio anno il titolo guadagna il 13,9%, che diventa il 18,9% considerando i dividendi, una delle migliori performance del paniere finanziario. Proprio questo forte apprezzamento ha però portato le quotazioni oltre le stime degli analisti: il titolo tratta a 40,71 euro, contro un target price medio di 38,82 euro, con un upside negativo di circa il 4,6%. In altre parole, il mercato sembra aver già incorporato nelle quotazioni gran parte delle aspettative legate al ruolo strategico della compagnia nel nuovo risiko.

Un trend analogo si è osservato anche sulla controllata Banca Generali, che venerdì 12 giugno ha superato per la prima volta nella sua storia la soglia dei 60 euro per azione.

Giudizi in equilibrio su Banco Bpm. Qui il giudizio degli analisti è più articolato.

In astratto il giudizio sulla proposta di fusione con Mps è positivo. Barclays sottolinea che l'ipotesi consentirebbe di creare il secondo gruppo bancario italiano per impieghi e raccolta e Bofa vede nella proposta di Castagna una «logica industriale credibile». Senza contare che la fusione puntellerebbe

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

l'alleanza tra la controllata Anima e Montepaschi, principale cliente della sgr.

Agli analisti però un blitz di Banco Bpm su Mps appare oggi poco probabile, anche se in tandem con un soggetto dalle spalle larghe come Unicredit.

La costruzione di una cordata appare «piuttosto difficile da realizzare» per la «scarsità di potenziali partner di dimensioni sufficientemente rilevanti», scrivono da Deutsche Bank. Più plausibile potrebbe essere uno scenario completamente diverso, ossia l'uscita di Banco Bpm dalla partita per concentrarsi su un percorso standalone. Questa combinazione di opzionalità si riflette nelle quotazioni. Da inizio anno Banco Bpm ha guadagnato l'8,1% e oggi quota a 14,08 euro, leggermente sopra il target price medio di 13,77 euro, con uno scenario di diminuzione di valore di circa il 2%. In altre parole, il prezzo incorpora già sia il valore delle possibili aggregazioni sia quello di una crescita autonoma. Non sorprende quindi che il consenso appaia piuttosto equilibrato: su 13 coperture si contano 4 raccomandazioni buy, 5 hold e 4 sell. Più strade per Orcel e Unicredit. Anche la banca guidata da Andrea Orcel ha una pluralità di opzioni a disposizione. Pur ancora impegnata nell'ops su Commerzbank, potrebbe allearsi con Banco Bpm per lanciare su Mps un'offerta speculare a quella del tandem Intesa-Unipol. Oppure potrebbe dare un secondo assalto a Piazza Meda dopo quello tentato l'anno scorso e bloccato dal Golden Power. O, ancora, potrebbe rafforzarsi in Generali comprando azioni da Delfin in forza del prestito miliardario appena concesso a Leonardo Maria Del Vecchio. Questa pluralità di opzioni strategiche non si è ancora riflessa nelle quotazioni. A differenza di altri protagonisti del risiko, Unicredit è rimasta sostanzialmente ferma da inizio anno (-0,7%), con un total return dell'1,8% includendo i dividendi. Il mercato, insomma, non le ha ancora riconosciuto il premio attribuito ad altri nomi coinvolti nel consolidamento. A evidenziarlo è il confronto con i target price. Unicredit quota a 70,4 euro contro un prezzo obiettivo medio di 84,4 euro: insomma potrebbe crescere anche del 20%, ed è il rialzo maggiore tra i titoli studiati dagli analisti. Per questo viene considerato uno dei principali candidati a beneficiare della prossima fase di consolidamento. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

L'intesa tra i due Carlo

banche/2Dalle manovre di Orcel fino al ribaltone di Siena anche grazie al patto tra Lovaglio e Castagna: ecco, nel racconto dei protagonisti, gli snodi destinati a cambiare il sistema bancario e la finanza italiani


BANCHE/2 Dalle manovre di Orcel fino al ribaltone di Siena anche grazie al patto tra Lovaglio e Castagna: ecco, nel racconto dei protagonisti, gli snodi destinati a cambiare il sistema bancario e la finanza italiani

L'intesa tra i due Carlo

ra la vera sfida è ragionare da europei

Il lancio dell'opas da 30,6 miliardi di Intesa Sanpaolo sul Montepaschi in combinata con Unipol-Bper è uno schema su cui in Ca' de Sass ragionavano da inizio anno. In verità già dal 2025 nella prima banca italiana si studiavano operazioni straordinarie sul mercato nazionale ma non c'era mai stato quell'allineamento progressivo di fattori che ha iniziato a verificarsi da febbraio e che si è perfezionato nelle ultime settimane, portando Intesa a rompere gli indugi per mettere le mani sull'asse Mps-Mediobanca-Generali. Secondo quanto riferiscono a Milano Finanza fonti finanziarie vicine ai dossier, è proprio a inizio anno che riprendono vigore i movimenti sotterranei del risiko. A gennaio sfumano i contatti tra Unicredit e il numero uno di Delfin Francesco Milleri per la cessione del 17,5% che la holding della famiglia Del Vecchio ha in Mps che avrebbe portato in dote a Unicredit anche un rafforzamento in Generali, sulla quale anche Intesa Sanpaolo, al di là delle smentite ufficiali, aveva messo gli occhi da tempo, in particolare per la gestione del risparmio. A febbraio si apre un'inaspettata finestra di opportunità per Intesa: le difficoltà nella governance della banca senese, il cda spaccato e il probabile arrivo di un nuovo ceo, l'inchiesta della procura di Milano per presunto concerto fra il costruttore romano Francesco Gaetano Caltagirone, Milleri e il ceo di Mps Luigi Lovaglio. I contrasti tra i soci da lì a qualche settimana avrebbero portato all'estromissione di Lovaglio dalla lista del cda per il rinnovo del board, fino al suo licenziamento. Insomma l'asse Siena-Milano-Trieste appariva incerto. E così è apparso dopo l'inaspettato ribaltone nell'assemblea Mps del 15 aprile che ha riportato al vertice Lovaglio battendo la lista del cda.

In questo contesto, Messina e i suoi consulenti hanno valutato che ritagliarsi un ruolo di stabilizzatrice di Generali attraverso un'offerta su Mps-Mediobanca avrebbe permesso a Intesa Sanpaolo di mettere le mani in un colpo solo sui 6 milioni di clienti, sul credito al consumo di Compass e sulle attività storiche di Mediobanca, e di ipotecare i 330 milioni di dividendi dal 13,2% di Generali.

L'interesse di Messina a muovere sul terreno delle acquisizioni nazionali, dal quale per anni aveva detto di voler restare lontano, ha avuto anche un'esigenza precisa di difendere le quote di mercato del suo gruppo, in particolare nella gestione del risparmio. Controllando Mps-Mediobanca e quindi una quota strategica di Generali, Intesa sottrae di fatto la compagnia triestina dalle mire di altri soggetti, a cominciare da Unicredit (che non a caso nei mesi scorsi si è portato fino al 9% circa del capitale) a Crédit Agricole, che in caso di fusione tra Banco Bpm e Mps sarebbe azionista forte del conglomerato

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

bancario con vista su Piazzetta Cuccia. Gli interessi di Intesa si son saldati con quelli di Unipol, con cui si era già mossa in tandem nell'opas su Ubi nel 2020. Allora fu la controllata di Unipol, Bper, a rilevare per 640 milioni gli oltre 600 sportelli ex Ubi. La banca emiliana negli anni successivi ha rilevato anche Carige e poi PopSondrio, mettendo le filiali a servizio di Unipol per la bancassurance. Questa volta sarà direttamente la compagnia di via Stalingrado a comprare per 3,5 miliardi di euro il 100% della nuova Mps, che poi girerà tramite fusione al gruppo modenese. Questo passaggio non è solo un fatto tecnico: è stata la chiave per convincere il presidente di Unipol, Carlo Cimbri, a dire sì a Messina, dopo negoziati e simulazioni durati oltre due mesi. «Il 90% delle polizze è intermediato dalle reti fisiche, da agenti quindi, ma anche da sportelli bancari, e il restante 10% dai canali virtuali. Crediamo che nella capillarità territoriale e nella vicinanza al cliente ci sia ancora valore», ha spiegato Cimbri. Per questa ragione Unipol ha deciso di essere della partita, rilevando i 635 sportelli Mps eccedenti i limiti antitrust per Intesa. La fusione dovrà essere votata dai soci di Bper ma senza la partecipazione di Unipol: è il cosiddetto «whitewash». In caso di ok dell'assemblea alla fusione con la nuova Mps, la compagnia si ritroverà con il 40% in mano dall'attuale 20% circa, senza dover fare l'opa. In questo modo Cimbri avrà evitato un'offerta obbligatoria da 16 miliardi di euro, praticamente l'attuale capitalizzazione della compagnia di Via Stalingrado. Così facendo, Messina e Cimbri hanno schivato lo stigma di aver tolto dal mercato la banca più antica del mondo: Mps passerà con licenza bancaria e marchio a Unipol e la nuova entità post-fusione si chiamerà Monte dei Paschi (ma non più «di Siena»). Sarà anche la nascita di quel terzo polo bancario tanto caro al governo, anche se imperniato su Bper e Unipol e non sulla milanese Banco Bpm, secondo il progetto tanto caro alla Lega di Matteo Salvini. E il Banco, appunto? Mentre tra Milano e Bologna si impostava la strategia grazie ai buoni consigli del banchiere ex Mediobanca Francesco Canzonieri (già in regia dell'operazione Ubi), Lovaglio tornava a guidare Rocca Salimbeni grazie al voto decisivo del ceo di Bpm Giuseppe Castagna. Un voto che era propedeutico a una fusione alla pari, che però è tardata ad arrivare. È stata proprio questa battuta d'arresto a favorire la volata finale di Intesa-Unipol lunedì 8 giugno, nonostante la «lettera d'amore» (copyright Carlo Messina) recapitata dalla banca milanese a Mps appena poche ore prima. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

BANCHE/3

Advisor in manovra

Banche/3La seconda fase del risiko è partita. E tutti gli istituti coinvolti schierano alcuni dei migliori consulenti finanziari e avvocati sulla piazza La strada verso Siena è affollata e garantirà commissioni milionarie

Luca Carrello


Advisor in manovra

TUTTI GLI ADVISOR COINVOLTI NELLA SECONDA FASE DEL RISIKO BANCARIO

La foresta pietrificata è finita, parola alle autorità

Il risiko bancario promette di far ricchi gli azionisti, ma anche gli advisor saranno ricompensati per il lavoro che li aspetta. La seconda ondata del consolidamento è iniziata con l'opas di Intesa Sanpaolo su Mps. Offerta nata con il contributo determinante di Unipol, che in caso di successo comprerà metà delle filiali di Rocca Salimbeni. Con questa mossa il ceo Carlo Messina ha scavalcato Banco Bpm, che il giorno prima aveva indirizzato una proposta di fusione al Monte, ribattezzata «lettera d'amore» dall'ad di Ca' de Sass. Tre banche e un'assicurazione per riaccendere un risiko che si prospetta ricco di colpi di scena. Motivo che ha spinto gli attori coinvolti a ingaggiare alcuni dei migliori advisor sulla piazza.

Ci pensa Canzonieri. È lunga la lista dei consulenti che affiancheranno Intesa. E non poteva essere diversamente, visto che in ballo c'è un'opas da 30,6 miliardi. Il suo architetto è Francesco Canzonieri, ceo e fondatore di Nextalia Sgr, che assisterà Messina e il ceo di Unipol Carlo Cimbri a titolo personale.

All'elenco va aggiunto anche un peso massimo come Jp Morgan, guidata in Italia da Francesco Cardinali e in vetta all'investment banking tricolore nel 2025 con 206 milioni di dollari di ricavi. Insieme con gli americani come advisor finanziario c'è anche Provasoli Advisory Partners, società di consulenza indipendente fondata da Angelo e Piero Provasoli e Massimo De Buglio.

La squadra di Ca' de Sass è corposa anche sul gronte legale. A partire da PedersoliGattai, che schiera un team guidato dal partner Carlo Pedersoli. L'altro grande studio della partita è Gatti Pavesi Bianchi Ludovici e in questo caso il fondatore Luigi Arturo Bianchi avrà di certo un ruolo di spicco. Completa il quadro Tombari D'Angelo e Associati con il socio fondatore Umberto Tombari, ultimo tassello di una squadra composta da ben sei advisor.

Gli uomini di Cimbri. Quella di Ca' de Sass è la lista di consulenti più robusta, mentre quella del suo alleato Unipol è più corta ma altrettanto di livello. L'advisor finanziario dei bolognesi è Rothschild e qui sono quattro i nomi da cerchiare. A guidare il team sono il managing director Fabio Palazzo e la deputy head Paola Brambilla, a capo del dossier con il supporto del presidente Alessandro Daffina e del vicepresidente Federico Ghizzoni. Il fronte legale invece è in mano a Chiomenti, guidato dal co-managing partner Gregorio Consoli, grande esperto di temi bancari.

Prima però bisognerà aspettare che l'opas di Intesa vada in porto. Perché fino a quel momento, come

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

spiegato dallo stesso Cimbri in commissione Banche al Senato, «Unipol non sarà attore dell'operazione».

Chi regge il fortino di Mps.

Se gli advisor dei primi due blocchi giocheranno all'attacco, quelli del Monte dovranno difendere. La banca di Siena ne ha quattro, anche in questo caso di tutto rispetto. Sul lato finanziario ci sono Ubs e Bank of America. E se a tirare le fila per gli statunitensi dovrebbe essere il country executive Vito Lo Piccolo, per gli svizzeri c'è in campo l'esperto di investment banking Guido Banti, da circa 20 anni consulente di Mps.

Sono pezzi da 90 anche le due law firm scelte dal ceo Luigi Lovaglio. BonelliErede lavorerà al dossier con un team multidisciplinare coordinato dal presidente Massimiliano Danusso e dalla managing partner Eliana Catalano. La squadra di White & Case sarà guidata invece dai soci Domenico Fanuele e Michael Immordino. Per tutti la sfida sarà fare i conti con la passivity rule, normativa che limita le mosse difensive delle società sotto opa.

Ma, vista la tenacia mostrata dal ceo Luigi Lovaglio, c'è chi si aspetta più di un colpo di scena. Il Banco al bivio. Sorprese potrebbero arrivare anche da Bpm. L'ex popolare guidata dall'amministratore delegato Giuseppe Castagna si è affidata a Citigroup e Goldman Sachs.

La prima banca d'affari ha schierato Roberto Costa, co-head Italy investment banking, e Alfonso Saturno, managing director fig. La seconda il managing director Francesco Paolicelli. Le questioni legali sono invece nelle mani di Legance, con un team su cui vigilerà il founding e co-managing partner Filippo Troisi.

Quella del Banco è una partita complessa, visto che la sua proposta di fusione con Mps sembra ormai superata dal blitz di Intesa. Ecco perché Castagna potrebbe provare a rilanciare magari con l'aiuto di un partner (sul mercato c'è chi guarda a Unicredit e chi a Crédit Agricole). Altrimenti il rischio è tornare da predatore a preda, soprattutto se il ceo di Unicredit Andrea Orcel deciderà di lanciare un secondo attacco dopo quello fallito l'anno scorso a causa del golden power.

Fee milionarie. È in questo quadro che dovranno muoversi gli advisor. Un lavoro complesso che garantirà commissioni milionarie. Un buon metro di paragone sono i 94 milioni di oneri messi a bilancio da Mps nei primi nove mesi del 2025 e correlati all'opas su Mediobanca. Soldi a cui vanno aggiunti i 45,3 milioni di costi straordinari lordi che Piazzetta Cuccia ha sostenuto per fronteggiare l'offerta del Monte e per l'ops mai lanciata su Banca Generali per via della bocciatura in assemblea. Il conto totale allora è stato dunque 140 milioni; vediamo stavolta a quanto ammonterà. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

La foresta pietrificata è finita, parola alle autorità

Marcello Clarich


Advisor in manovra

La foresta pietrificata è finita, parola alle autorità

L'offerta pubblica di acquisto e scambio (opas) volontaria e totalitaria da 30,6 miliardi di euro lanciata da Intesa Sanpaolo su Banca Monte dei Paschi di Siena (Mps) lunedì 8 giugno, come risposta immediata alla proposta di fusione tra pari tra Banco Bpm e Mps, prevede vari passaggi procedurali per poter andare in porto entro l'anno.

Intervengono in primo luogo le norme del Testo Unico della Finanza (Tuf) e del regolamento emittenti attuativo emanato dalla Consob che fissano adempimenti e tempistiche.

In base all'art. 102 del Tuf la decisione di promuovere l'opas va comunicata «senza indugio» al pubblico e a Consob.

Ciò che è puntualmente avvenuto. Devono essere informati anche i rappresentanti dei lavoratori.

L'offerta deve essere poi promossa entro 20 giorni presentando a Consob il documento d'offerta destinato alla pubblicazione e che deve contenere un set completo di informazioni al mercato. Si tratta di un termine perentorio: se non rispettato, rende irricevibile l'offerta che non può essere ripresentata nei successivi dodici mesi.

Consob ha poi un termine di quindici giorni per approvare l'offerta che deve essere idonea «a consentire ai destinatari di pervenire a un fondato giudizio sull'offerta». Nel valutare il documento d'offerta la Consob ha un margine di discrezionalità tecnica che si può esprimere anche nella richiesta all'offerente di fornire informazioni integrative, nella indicazione di modalità di pubblicazione del documento e di particolari garanzie. Consob può inviare all'offerente una richiesta di informazioni supplementari che sospende il termine per l'approvazione fino al momento della ricezione per la quale è previsto un termine massimo di quindici giorni.

Oltre all'approvazione di Consob, è necessario il via libera di altre autorità.

In primo luogo, poiché l'operazione interessa il settore del credito, è necessaria l'autorizzazione della Banca centrale europea (Bce) che vede anche il coinvolgimento della Banca d'Italia. Anche la valutazione della Bce ha natura tecnico-discrezionale e ha per oggetto la cosiddetta «sana e prudente gestione». L'acquisizione non deve cioè mettere a rischio la stabilità delle banche coinvolte. Da questo punto di vista la solidità di Intesa Sanpaolo e di Mps, dopo il risanamento portato avanti dall'ad, Luigi Lovaglio, negli ultimi anni, sembra fuori discussione.

L'acquisizione di una partecipazione qualificata indiretta nelle Assicurazioni Generali richiede inoltre un via libera dell'Ivass, che, com'è noto, oggi è una sorta di costola di Banca d'Italia. Le competenze più rilevanti sono attribuite infatti al Direttorio integrato di Via Nazionale che è presieduto dal

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

governatore di Banca d'Italia.

Trattandosi di un'operazione di concentrazione occorre anche il benestare dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm) che deve valutarne gli effetti sull'assetto del mercato.

L'operazione prevede, in caso di successo dell'opas, la cessione dei 635 sportelli bancari del Monte dei Paschi a Unipol che poi verranno integrati all'interno di Bper, della quale Unipol è il principale azionista. Banca Intesa ha concluso un accordo vincolante con il gruppo Unipol.

Pertanto questo procedimento autorizzativo disciplinato dalla legge antitrust n. 287/1990 che attribuisce all'Agcm ampi margini di discrezionalità non dovrebbe presentare troppe criticità.

Un ulteriore passaggio è previsto dalla normativa sul golden power che prevede una notifica delle operazioni di questo tipo alla presidenza del Consiglio dei ministri. Quest'ultimo può vietare l'operazione per ragioni di sicurezza nazionale o autorizzarla imponendo condizioni.

Qui c'è un precedente dello scorso anno quando il governo impose restrizioni e prescrizioni sull'offerta pubblica di scambio volontaria lanciata da Unicredit su Banco Bpm. Nei fatti ciò determinò il fallimento dell'operazione che ha avuto una coda giudiziaria innanzi al Tar del Lazio e al Consiglio di Stato. Per questa vicenda la Commissione europea ha contestato al governo italiano un uso improprio del golden power, applicato in modo troppo estensivo e con interferenze rispetto alle prerogative della Bce. Per correre ai ripari la legge n. 4/2026 ha precisato e circoscritto i poteri del governo.

Del resto non è chiaro perché operazioni di concentrazioni che coinvolgono banche italiane possano mettere in pericolo la sicurezza nazionale. Anche questo passaggio non dovrebbe essere problematico.

Ottenuti i via libera necessari, l'ultima parola spetta al mercato il quale potrebbe essere chiamato a valutare offerte alternative, come, in ipotesi, quella di Banco Bpm. In definitiva, il sistema bancario italiano non è oggi, per riprendere una fortunata espressione di Giuliano Amato, una «foresta pietrificata». (riproduzione riservata) *ordinario di diritto amministrativo Sapienza Università di Roma.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

L'altra partita di Siena è un patrimonio artistico da 120 milioni

ANNA DI ROCCO


MILANO FINANZA

Bene il risiko italiano

L'altra partita di Siena è un patrimonio artistico da 120 milioni

A bilancio vale quasi 120 milioni di euro, comprende circa 30 mila opere raccolte in oltre cinque secoli di storia e custodisce una parte dell'identità culturale della città. Nel risiko bancario che ruota attorno a Monte dei Paschi di Siena oltre a crediti, sportelli e quote di mercato ci si prepara a giocare un'altra partita: la contesa della collezione artistica della banca più antica del mondo. Se l'operazione lanciata da Intesa Sanpaolo dovesse andare a buon fine, con la rete Mps destinata a finire nell'orbita di Bper attraverso Unipol, anche il patrimonio storico e artistico di Rocca Salimbeni seguirebbe il destino della banca. Una prospettiva che ha già acceso il dibattito a Siena, dove la sindaca Nicoletta Fabio ha evocato, in un colloquio con questo giornale, la necessità di «restituire ai senesi» un patrimonio considerato parte integrante della storia della città. Il valore contabile della collezione emerge dai documenti della banca. Nel bilancio 2025 le opere d'arte risultano iscritte tra le attività materiali per 119,4 milioni di euro, una cifra rimasta sostanzialmente invariata negli anni. Nelle strutture del duecentesco Palazzo Salimbeni figurano lavori di Giorgio Vasari, Giovanni di Bartolo e dei grandi maestri della scuola senese, oltre ai nuclei collezionistici legati a Palazzo Chigi Saracini. Ma non è la prima volta che il destino di queste opere finisce al centro di una partita finanziaria.

Tra il 2017 e il 2018, durante il complesso negoziato con Bruxelles che portò alla ricapitalizzazione precauzionale da quasi 4 miliardi sostenuta dallo Stato Italiano, tra le ipotesi di valorizzazione degli asset del Monte comparve anche il patrimonio artistico. In quegli anni la Commissione chiedeva alla banca una profonda ristrutturazione e la possibilità di monetizzare parte delle opere d'arte venne considerata come una delle opzioni. Fu lì che intervennero le istituzioni senesi. La Fondazione Mps, per decenni azionista di controllo della banca ma oggi titolare di una partecipazione quasi simbolica, lanciò un appello affinché la collezione non venisse dispersa. Nello stesso periodo la Sovrintendenza avviò il procedimento per vincolare come collezioni indivisibili i principali nuclei artistici della banca. L'ufficio guidato dall'architetto Anna Di Bene fece partire l'iter per rafforzare la tutela dei beni artistici della banca, iniziando dalla storica Collezione Chigi Saracini. L'obiettivo era impedire che le raccolte potessero essere smembrate o separate dai luoghi nei quali erano state formate e conservate.

Quegli stessi vincoli, oggi, renderebbero difficile un trasferimento delle opere fuori da Siena. Ma non risolvono la questione della titolarità giuridica. Se il Monte dovesse finire sotto il controllo di un altro gruppo bancario, il patrimonio artistico passerebbe formalmente nella disponibilità del nuovo azionista. In altre parole, i quadri potrebbero restare a Siena ma non essere più dei senesi. C'è però un caso che gli avvocati incaricati dalla sindaca Nicoletta Fabio stanno analizzando con attenzione:

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

quello della Banca Popolare di Vicenza. Il percorso avviato dopo il crac ha portato le istituzioni locali, insieme al Mef e ai liquidatori, a lavorare per riportare sotto tutela pubblica le collezioni legate a Palazzo Thiene. Un modello giuridico e amministrativo che, pur in un contesto profondamente diverso, viene studiato a Siena come punto di partenza in caso di successo dell'opas. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

I big delle pensioni

previdenzaLa riforma che parte il 1° luglio e il risiko bancario cambiano gli equilibri di un settore da 262 miliardi e accendono la concorrenza tra operatori. Ecco chi gestisce i fondi complementari dei lavoratori italiani


PREVIDENZA La riforma che parte il 1° luglio e il risiko bancario cambiano gli equilibri di un settore da 262 miliardi e accendono la concorrenza tra operatori. Ecco chi gestisce i fondi complementari dei lavoratori italiani

I big delle pensioni

I GESTORI DEI FONDI PENSIONE NEGOZIALI

I GESTORI DEI FONDI PENSIONE PRE-ESISTENTI

CHI HA PIÙ MASSE E ISCRITTI NEI FONDI PENSIONE APERTI

Fondi, nel 1° trimestre la raccolta sale a 4,7 miliardi

Il conto alla rovescia è iniziato. Dal prossimo 1° luglio entrerà in vigore la prima grande riforma della previdenza complementare degli ultimi 20 anni e per i gestori dei fondi pensione si aprirà una nuova fase di competizione. Le novità riguarderanno milioni di lavoratori in un mercato che vale 262 miliardi di euro tra fondi negoziali, fondi aperti, piani individuali pensionistici (pip) e comparti pre-esistenti (così chiamati perché nati prima della riforma della previdenza complementare del 1993). La prima tappa scatterà con l'adesione automatica dei neoassunti del settore privato. Chi vorrà mantenere il tfr in azienda dovrà comunicarlo entro 60 giorni dall'inizio del rapporto di lavoro. Da ottobre partirà poi la seconda fase della riforma, destinata a modificare gli equilibri del settore: la posizione potrà essere trasferita liberamente tra tutte le forme di previdenza complementare, compresi fondi aperti e pip, senza perdere il contributo del datore di lavoro (che si aggiunge ai versamenti del lavoratore e alle quote di tfr). Una novità che potrebbe aumentare sensibilmente la concorrenza tra gli operatori. Finora i fondi negoziali hanno potuto contare su un forte legame con i contratti collettivi di riferimento. Con la piena portabilità, invece, ogni gestore sarà chiamato a convincere gli iscritti sulla base di rendimenti, costi e qualità del servizio. Non a caso il settore si sta preparando da mesi all'appuntamento. Come ha ricordato di recente Sergio Corbello, presidente di Assoprevidenza, la riforma introduce anche nuove modalità di erogazione delle prestazioni pensionistiche, aumentando il carico amministrativo soprattutto per i negoziali, che storicamente non hanno mai gestito direttamente l'erogazione delle rendite. Tra le altre novità, come anticipato da MF-Milano Finanza, è stata rivista la modalità di calcolo del contributo di vigilanza Covip che in questa fase si traduce in oneri in più per i fondi con una crescita del totale stimata da 10,3 a 14,6 milioni. Secondo i dati della Covip aggiornati al 31 marzo scorso, i fondi pensione aperti gestiscono circa 42 miliardi per conto di 2,33 milioni di iscritti, mentre i pip raccolgono 59 miliardi con oltre 4 milioni di aderenti. Ancora più rilevante è il segmento dei fondi negoziali, che, sempre in base ai dati Covip al 31 marzo, detiene 81,9 miliardi di euro e 4,59 milioni di aderenti. Il mercato resta fortemente concentrato e gran parte delle masse è nelle mani di pochi operatori, prevalentemente italiani, anche se non mancano alcuni gruppi esteri nelle prime posizioni. Sulla base delle ultime analisi del Mefop sugli operatori dei fondi aperti (si veda tabella in pagina), il leader per masse è il gruppo Intesa Sanpaolo, con oltre 10 miliardi, seguito da Arca (5,96 miliardi), Amundi (4,7 miliardi), Allianz (3,89 miliardi) e Azimut (2,51 miliardi).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

Questi primi cinque detengono i due terzi del mercato. Per numero di iscritti nelle prime due posizioni ci sono Intesa Sanpaolo (665.146 aderenti) e Arca (247.348), poi si piazzano il gruppo Iccrea (214.012), Amundi (204.190) e Allianz (185.064).

Nei negoziali invece il modello è differente: le risorse raccolte vengono affidate tramite gara a società di gestione esterne attraverso mandati che normalmente durano quattro o cinque anni. Una competizione che coinvolge i principali gruppi italiani e internazionali del risparmio gestito.

L'osservatorio del Mefop rileva anche in questo caso che pochi grandi gestori detengono la maggior parte dei mandati (si veda tabella in pagina). Primo è Eurizon Capital (la sgr di Intesa Sanpaolo) con 42 incarichi, seguita da Amundi e Unipol, rispettivamente, 29 e 23. Poi Anima (21), Generali (18), Ubs, Groupama e Axa (tutte e tre a quota 13). Schroders e Pimco ne hanno dieci ciascuno. Guardando invece alle quote di mercato del patrimonio gestito, sul podio si collocano Eurizon con il 15,2%, Amundi con l'11,6% e Generali con il 9,6%. Anche nei fondi pre-esistenti, che amministrano oltre 71 miliardi per circa 694 mila aderenti, la leadership è nelle mani dei grandi asset manager. Eurizon Capital guida la classifica con 25 mandati, davanti ad Amundi (16) e Anima con 14 (si veda tabella in pagina).La riforma potrebbe ora ridisegnare gli equilibri del mercato. Se l'adesione automatica punta ad aumentare il numero degli iscritti, la portabilità estesa apre una nuova stagione di concorrenza tra negoziali, aperti e pip. Per i gestori si tratta di un'opportunità di crescita. Per i lavoratori, invece, della possibilità di scegliere con maggiore libertà chi affidare il proprio risparmio previdenziale. La competizione potrebbe inoltre intensificarsi con il risiko bancario che si è riaperto con l'opas di Intesa Sanpaolo su Mps e il coinvolgimento di Unipol. Il consolidamento tra banche, assicurazioni e società di gestione è destinato infatti ad accrescere il peso dei grandi operatori nazionali anche nel settore della previdenza complementare. In quest'ottica il deal Intesa-Mps rafforzerebbe il ruolo già di primo piano di Eurizon e Unipol. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Controllate e partecipate

Il risiko

Mps, Lovaglio studia le contromosse Lascia aperta l'opzione del Banco Bpm

Piano Intesa, adesione all'83% dei dipendenti per diventare azionisti

ANDREA RINALDI


ECONOMIA

Gli incontri della Siena Conference

«Il debito comune europeo? Anche per gruppi di Paesi»

Lunedì via al Btp Italia Si Tasso minimo all'1,60%, il «premio» dell'inflazione

Il nuovo titolo a 5 anni indicizzato pagherà cedole semestrali

Materie prime

Terre rare, l'idea dell'indirizzario a Porto Marghera

Sport, nuovo segretario Cgil: «Riparlare dai lavoratori»

Il risiko

Mps, Lovaglio studia le contromosse Lascia aperta l'opzione del Banco Bpm

Piano Intesa, adesione all'83% dei dipendenti per diventare azionisti

Il risiko italiano registra ancora movimenti sulla plancia.

Secondo indiscrezioni, l'ad di Mps, Luigi Lovaglio, sarebbe pronto a portare all'attenzione del cda del 22 giugno una possibile risposta all'Opas di Intesa da 30,6 miliardi sull'istituto toscano. E la contromossa potrebbe in qualche modo includere anche Banco Bpm, promotore domenica scorsa di una fusione tra pari con Siena.

Il board di Monte Paschi si è infatti impegnato a valutare entrambe le operazioni mentre al momento la posizione di Piazza Meda sarebbe attendista, divisa sulle possibili strategie di aggressione a Siena che potrebbero includere anche i soci francesi del Crédit Agricole (al 22,9%). In Toscana intanto la sindaca di Siena, Nicoletta Fabio, la presidente della Provincia, Agnese Carletti, e il governatore toscano, Eugenio Giani, hanno discusso la situazione del Monte: «Ogni eventuale evoluzione futura» deve essere «accompagnata da adeguate garanzie per la tutela dell'occupazione», hanno affermato.

Sul fronte opposto, l'ad di Bper, partecipata di Unipol al 29,9% e destinataria di 635 sportelli di Mps, ai dipendenti ha ricordato che l'Opas «apre una nuova fase di importante consolidamento che potrebbe proiettare anche il nostro gruppo tra gli attori del nuovo scenario che si sta raffigurando», ha detto Gianni Franco Papa. Intesa Sanpaolo, dal canto suo, ha già messo in pancia il 3,1% in derivati di Generali e ieri ha registrato il successo del piano di incentivazione tra il personale: l'83,7% dei circa 64mila dipendenti italiani appartenenti alla categoria Professional ha infatti aderito all'iniziativa. Alla penultima seduta di Borsa prima della chiusura di lunedì dell'Ops su Commerzbank, Unicredit ha visto le adesioni salire all'11,86%, portandola a una quota del 38,63%. Con il 13,19% in derivati la percentuale salirebbe a un 55,04% potenziale. Il il comitato aziendale di Commerz per tutta risposta ha dato mandato al suo presidente di sporgere denuncia «per sospetta manipolazione del mercato».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Messaggero

Controllate e partecipate

Papa (Bper): «Bene essere attori del consolidamento»

L'ad della banca modenese ai dipendenti: «L'opas Intesa-Mps segno di dinamismo» Gli analisti di Barclays promuovono il ruolo di Unipol: «Operazione accrescitiva»

ANDREA PIRA


Papa (Bper): «Bene essere attori del consolidamento»

Unicredit sale ancora in Commerz In Germania crescono le resistenze

L'OPERAZIONE ROMA Una conferma «del forte dinamismo del settore bancario italiano». Così l'amministratore delegato di Bper,Gianni Franco Papa, ha commentato l'offerta pubblica di acquisto e scambio (Opas) lanciata da Intesa Sanpaolo su Monte dei Paschi di Siena. Un'operazione «che peraltro ci ha visto recentemente protagonisti e apre una nuova fase di importante consolidamento», ha spiegato ancora il numero uno della banca modenese, ricordando uno dei punti cardine dello schema promosso dal gruppo guidato da Carlo Messina, secondo uno schema che vedrà Unipol tra gli attori principali. Nella fase due dell'operazione, una volta completata l'Opas, il gruppo assicurativo guidato da Carlo Cimbri acquisterà 635 sportelli di Mps e procederà con la fusione dell'istituto senese proprio con Bper sotto il nome di Banco Monte dei Paschi. Intesa ingloberebbe invece Mediobanca.

L'operazione «potrebbe proiettare anche il nostro gruppo tra gli attori del nuovo scenario che si sta configurando», ha spiegato ancora Papa in un videomessaggio ai dipendenti.

«Questo è un elemento positivo che ci fa guardare al futuro con orgoglio e fiducia. Dobbiamo certo considerare che i tempi di realizzazione di un tale progetto dipendono da numerose autorizzazioni e passaggi societari; mentre ne seguiamo con attenzione i possibili sviluppi, il mio invito è di continuare a mantenere il focus sui nostri impegni e sui risultati commerciali con un approccio rigoroso e disciplinato».

Il riassetto in atto sta spingendo al rialzo i titoli bancari (e di conseguenza Piazza Affari) e sta raccogliendo buoni giudizi dagli analisti. Ieri Piazzetta Cuccia ha guadagnato il 4,59%, Intesa lo 0,43%, Unipol il 4,27%, Unicredit il 4,1%, Mps il 3,94% e Bper il 2,53%. L'ultima promozione in ordine di tempo è quella di Barclays su Unipol. Gli analisti scrivono di un'«operazione altamente accrescitiva e strategicamente convincente», con una natura «trasformativa» per il gruppo, per il quale prevedono ricavi e utili a doppia cifra. «È un'operazione che crea quattro banche tutte ben posizionate nella loro specialità», ha commentato Andrea Bonomi, presidente dell'Industrial Advisory Board di Investindustrial, nel giudicare il riassetto «estremamente positivo» e considerando l'intero quadro «tutto già finito».

LA RICHIESTA Questo mentre Assoutenti ha nuovamente chiesto chiarimenti sulla proposta di integrazione alla pari con Mps da parte di Banco Bpm. Dopo aver annunciato l'ipotesi di un esposto alla Consob affinché la vigilanza «possa verificare il rispetto delle norme in materia di correttezza e completezza dell'informazione al mercato», l'associazione di tutela dei consumatori, ieri, ha chiesto di essere sentita davanti alla

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

commissione d'inchiesta parlamentare sul sistema bancario per spiegare le ragioni alla base dell'esposto. Intesa Sanpaolo, intanto, ha registrato un'ampia partecipazione dei propri dipendenti al piano di incentivazione 2026-2029. Come comunicato dall'istituto, l'83,7% dei circa 64mila dipendenti italiani appartenenti alla categoria Professional ha aderito al programma. Andrea Pira © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere di Bologna

Controllate e partecipate

Montroni, il ricordo di Fois «È riuscito a catalizzare mondi diversi e movimenti Con lui la città è cresciuta»

Lo scrittore e i primi anni in città: «Lo conobbi prima da lettore, era una figura che occupava spazio perché c'era molto vuoto»


CRONACA

L'intervista

Montroni, il ricordo di Fois «È riuscito a catalizzare mondi diversi e movimenti Con lui la città è cresciuta»

Lo scrittore e i primi anni in città: «Lo conobbi prima da lettore, era una figura che occupava spazio perché c'era molto vuoto»

L'uomo che amava i libri

Marcello Fois non è solo uno degli scrittori che Romano Montroni invitava regolarmente a presentare i suoi libri. E' anche una delle voci che il 'libraio' bolognese scomparso due giorni fa coinvolgeva spesso, per dialogare con gli scrittori che invitava in quegli incontri di cui è stato motore inesauribile per anni.

Fois, come aveva conosciuto Montroni?

«L'ho conosciuto innanzitutto da lettore, da cliente appena arrivato a Bologna, alla Feltrinelli di piazza Ravegnana. Io sono arrivato in anni complicati, nel 1980, l'anno della stazione, di Ustica. La Feltrinelli era un posto che catalizzava e Romano me lo ricordo ancora addirittura con i capelli scuri».

Poi lo ha conosciuto meglio.

«Ci univa la stima di Ezio Raimondi. L'ho conosciuto dopo la laurea con il Gruppo 13, quando ho iniziato la mia carriera letteraria. E' sempre stato al centro di vari movimenti perché si è sempre mosso molto per promuovere questi fenomeni. Romano è stato quello che le Feltrinelli le ha impostate».

Vi siete ritrovati nei tanti incontri che ha promosso, una formula rivelatasi vincente.

«Da subito Romano ha avuto l'intuito di coinvolgere autori che promuovessero autori. Sotto certi aspetti io rappresentavo una specie di modello che a lui piaceva, non l'ha mai nascosto, era molto contento del tipo di approccio che avevo nelle presentazioni.

Mi chiamava spessissimo e io ne ero contento perché sono innanzitutto un lettore. Poi anche, per fortuna, uno scrittore, ma sostanzialmente un lettore. Qualche tempo fa, in occasione della commemorazione di Ezio Raimondi, c'eravamo io, Bazzocchi, lui, Francesco Guccini. Romano era un pezzo di una Bologna molto significativa».

Visto da lettore, che tipo di libraio è stato?

«Romano declinava il mestiere di libraio in modo molto responsabile. Il libraio non è uno che deve accontentare a tutti i costi il lettore. Deve anche dirgli che quel libro che sta comprando non lo indossa bene. Non era un commesso, era un libraio attivo, e non ha formato commessi ma centinaia di librai che avessero un gusto e lo esprimessero, persone che esercitavano un mestiere senza che questo significasse genuflettersi alle mode».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Da scrittore come giudica una biografia come la sua, di persona inizialmente lontana dai libri?

«Credo che, aldilà delle differenze d'età, siamo tutte persone che il libro se lo sono conquistate, non ce l'avevamo a portata di mano. Forse per questo per noi è un bene così prezioso. Famiglie con pochi libri ma molto attente alla necessità di essere istruiti per essere cittadini».

Il suo modo di essere libraio è ancora oggi necessario?

«Credo che addirittura sia indispensabile. La grande passione di Romano è stata quella di dimostrare che non esiste un modo moderno o antico di fare il libraio, esiste la responsabilità di un lettore privilegiato che si mette a disposizione degli altri, è questo ciò che ha fatto. Romano leggeva mainstream e letteratura, però sapeva fare la differenza, non le confondeva mai».

Era una figura un po' mitica anche per i personaggi che aveva frequentato, da Feltrinelli a Eco?

«Era una figura che occupava spazio perché evidentemente c'era molto vuoto. D'altro canto ha passato la vita a formare librai, il suo intento non era certo di occupare più spazio possibile quanto quello di testimoniare. Non c'è un'età per questo, non si finisce mai di testimoniare. E' stato un entusiasta. Quando è finita la sua vicenda con Feltrinelli ha accettato l'avventura con le librerie Coop, che hanno una personalità completamente diversa dalle Feltrinelli. Nel tempo la proposta si è evoluta ed è persino ringiovanita».

Un motivo di vanto per lui erano le richieste pressanti di case editrici e di autori per venire a Bologna a presentare le proprie opere, ancor prima che a Milano o Roma. «Perché non si deve essere fieri del rispetto che si è seminato? Bologna è uno snodo importante, non l'abbiamo scoperto adesso. E' una città dove avvengono tante cose da un punto di vista culturale. Romano ha dimostrato che non c'era bisogno di mirare a chissà quali poli, ha diretto la scuola dei librai e il Centro per il Libro. E l'ha fatto da qui. Spesso siamo più poveri perché ci sentiamo più poveri, di tanto in tanto bisognerebbe volersi bene».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere di Bologna

Controllate e partecipate

Il sindaco «Un progetto in suo onore»


CRONACA

L'intervista

Il omaggio
Il sindaco «Un progetto in suo onore»

Montroni, il ricordo di Fois «È riuscito a catalizzare mondi diversi e movimenti Con lui la città è cresciuta»

Lo scrittore e i primi anni in città: «Lo conobbi prima da lettore, era una figura che occupava spazio perché c'era molto vuoto»

L'uomo che amava i libri

Sono previste per lunedì mattina all'Archiginnasio le esequie di Romano Montroni, storico direttore delle librerie Feltrinelli. «Con la famiglia ci stiamo sentendo proprio perché Romano Montroni è stato un maestro per tanti noi»«, spiega il sindaco di Bologna, Matteo Lepore, che intende ricordare in un modo speciale la sua memoria. «Siamo una città con una grande fame di libri e di letteratura- sottolinea il primo cittadino- e questo grazie all'Università e a figure come Romano Montroni che ha formato generazioni di librai. Anche le nostre biblioteche sono cambiate grazie al suo lavoro, quindi sicuramente troveremo insieme alla famiglia e agli amici un modo per per ricordarlo. Probabilmente il modo migliore è un progetto per la città». «La comunità di lavoro del Centro per il Libro e la Lettura apprende con commozione e cordoglio la notizia della scomparsa di Romano Montroni, che nell'ente ha ricoperto la carica di Presidente, guidandone poi per anni il Consiglio scientifico. Entrato giovanissimo nel mondo dei libri ed assurto a figura di primo piano nella promozione della lettura a livello nazionale, Montroni ha incarnato le migliori qualità umane, intellettuali e relazionali del libraio, mestiere che anche in veste di esperto e formatore ha contribuito a qualificare allineandolo agli standard internazionali». E' quanto si legge in una nota del Centro per il Libro e la Lettura del Ministero della Cultura. «Nella lunga stagione professionale in Feltrinelli e poi in Librerie.coop - prosegue la nota - Montroni ha messo la sua lungimiranza e l'effervescente spirito innovativo al servizio di una visione alta della libreria che ne sublimasse la mera funzione commerciale, trasformandola in vivace luogo di incontro».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Bologna)

Controllate e partecipate

Montroni, lunedì l'ultimo saluto Camera ardente all'Archiginnasio Avallone: «Il libro, strumento vivo»

Il momento di ricordo dalle 11 alle 13. Il sindaco: «Con la famiglia ora pensiamo a un progetto per la città»


IL LUTTO
Gigante della cultura
Montroni, lunedì l'ultimo saluto
Camera ardente all'Archiginnasio
Avallone: «Il libro, strumento vivo»
Lo sciopero dei lavoratori della cultura
I YOU
DONA IL TUO 5X1000
ANT

di Letizia Gamberini Tutta la città potrà salutare Romano Montroni, lunedì mattina, all'Archiginnasio. E se si potrà sempre ritrovare l'acuto spirito del «libraio d'Italia» in ogni volume sfogliato con curiosità, l'occasione per un ricordo ufficiale avverà dunque in uno dei luoghi simbolo della cultura bolognese: come già avvenuto l'anno scorso per Stefano Benni, sarà allestita la camera ardente nel cortile, dalle 11 alle 13. «Con la famiglia ci stiamo sentendo proprio perché Romano Montroni è stato un maestro per tanti noi -, ha spiegato il sindaco Matteo Lepore, che intende ricordare in un modo speciale la sua memoria -. Siamo una città con una grande fame di libri e di letteratura e questo grazie all'Università e a figure come Romano Montroni che ha formato generazioni di librai. Anche le nostre biblioteche sono cambiate grazie al suo lavoro, quindi sicuramente troveremo insieme alla famiglia e agli amici un modo per per ricordarlo. Probabilmente il modo migliore è un progetto per la città».

Montroni, scomparso a 87 anni dopo una malattia, ha intrecciato la sua vita professionale per oltre quarant'anni con le Librerie Feltrinelli, dove è entrato nel 1962 e di cui è diventato direttore, fino al 2000. In seguito, ha collaborato alla nascita e allo sviluppo del progetto Librerie.coop che in queste ore lo stanno ricordando con affetto, immaginando anche una maratona di lettura nei prossimi giorni. Generazioni di lettori e librai stanno rivolgendo in queste ore un pensiero al padre di rassegne amatissime come Le voci dei libri. E certamente a sentire la mancanza di Montroni saranno gli scrittori, a partire da quelli della città. Come Silvia Avallone, adottata da Bologna, spesso entrata anche nelle sue pagine.

«Ho conosciuto Romano da subito- spiega- mi ha accolta con fiducia e curiosità fin da Acciaio (l'esordio letterario, ndr). Era un uomo incontenibile e generoso e sono cresciuta con l'onore e la fortuna di essere accompagnata da lui. Condividevamo un credo, che il libro sia uno strumento vivo, che serve alla vita delle persone, che cementa le comunità, come strumento di libertà e condivisione. È stato un grande maestro, mi ha spalancato il mondo meraviglioso delle librerie, vissute come cuori della società: gli devo tantissimo».

Avallone ricorda oggi «l'energia incontenibile di Romano. Mi resterà sempre cucita al cuore, da monito in ogni momento di stanchezza. Non ci dobbiamo fermare, dobbiamo creare, leggere ad alta voce. Carne viva dei libri: non solo anima, ma proprio corpo». Montroni «era una mente sempre nel futuro- conclude -, ma con un'incredibile esperienza, senza avere paura dei cambiamenti. Per lui, come per me, il libro era un ponte, una finestra spalancata, il contrario del muro e della solitudine. E i luoghi che creava

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

erano luoghi di cittadinanza attiva».

La Repubblica (ed. Bologna)

Controllate e partecipate

Rassegna stampa nel ricordo di Montroni all'Ambasciatori


Bologna

la Repubblica

MERCATO ANTIQUARIO CITTÀ DI BOLOGNA

Rassegna stampa nel ricordo di Montroni all'Ambasciatori

Un fiume di gente e di idee
Il festival di Repubblica è partito

Repubblica delle Idee è cominciata, ieri mattina, nel nome di Romano Montroni. Proprio lì, nel suo spazio prediletto: la libreria. E' stata Valentina Desalvo della redazione di Bologna a introdurre la Rassegna Stampa di Luca Bottura e Laura Pertici alla Coop Ambasciatori di via Orefici. A nome di tutto il giornale«e a nome di tutti i lettori, i nuovi lettori, e gli appassionati di libri, volevamo ringraziare e onorare la memoria di Montroni che in questa città e non solo, in tutta l'Italia, ha fatto tantissimo per la diffusione della lettura e anche per la compagnia che i libri possono fare». Scomparso a 86 anni, Montroni è stato punto di riferimento e grande innovatore per tutti i librai.

Da giovanissimo è stato libraio e ha lavorato nella distribuzione, poi è diventato direttore delle Librerie Feltrinelli e, dal 2005, ha poi lavorato alla creazione della catena Librerie Coop. Bottura e Pertici hanno letto la rassegna stampa, i titoli e i pezzi dedicati a lui. E hanno ricordato che «ognuno ha un ricordo legato a Romano: ci tenevamo a condividere tutto questo per la grandezza di Montroni».- g.bu. Bottura e Pertici all'Ambasciatori.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Controllate e partecipate

INVECE CONCITA

Montroni e i libri che curano

CONCITA DE GREGORIO


Ridee

Ma Medvedev quanti anni ha?

Il generale abbuffata di sondaggi Quel silenzio sulle donne afghane

Montroni e i libri che curano

Fumicino

Ieri in margine a Repubblica delle Idee sono andata alla libreria Coop Ambasciatori di Bologna a salutare i librai, a parlare con chi c'era, soprattutto sono andata a stare, un po'. A restare il tempo sufficiente per congedarmi da Romano Montroni, con cui in quella libreria da lui amatissima ho passato tante ore, tante volte. Romano Montroni era un libraio, ma questo non rende l'idea. Era anche un libraio come sono stati librai gli appassionati di libri del Novecento, seconda metà, quando le librerie erano luoghi di incontro, ci si andava anche solo per passare il tempo.

Per stare, appunto. Lui li aveva letti tutti, quelli che consigliava, e ne consigliava di imprevedibili, aveva lo sguardo sempre acceso. Romano, però, era anche un formidabile mercante e un instancabile organizzatore. Mercante: i libri andavano venduti, meglio se due o tre alla volta, perché i libri sono merce e la merce segue la filiera del denaro. Se non li compri muoiono, tornano nei magazzini, vanno al macero. Dunque Romano parlava di libri, amava i libri e li vendeva, e continuamente organizzava occasioni per farlo: ha diretto due delle più importanti catene d'Italia, ha fondato reti, associazioni, creato scuole, ha insegnato a generazioni di ragazzi come fare. Con quel suo modo spiccio e a volte brusco, quel suo parlare chiaro diretto e facile ma con una ressa di pensieri che spingevano dietro ogni parola e li sentivi, quei pensieri, tutti. Dopo le presentazioni con gli autori, che non sempre ma spesso, molto spesso, conduceva di persona, invitava a cena a casa. Intorno al suo tavolo rotondo, in una stanza foderata di librerie piene dei suoi volumi più amati, consumati, si stava lì fino a notte a parlare, discutere di politica e di cose della vita, di amore. Nella casa di Romano ho incontrato e conosciuto, sono diventata amica di alcune delle persone che ancora oggi sono punti cardinali, per me. Romano Montroni conosceva l'arte della relazione, dunque della cura. I libri curano, e lui lo sapeva. ©RIPRODUZIONE RISERVATA La ressa di pensieri del libraio mercante ".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto (ed. Pordenone)

Controllate e partecipate

Vita da libraio Danelli saluta e lascia il Segno

«La libreria resta in buone mani, mi rimetterò a studiare»

SUSANNA SALVADOR


Pordenone

Vita da libraio Danelli saluta e lascia il Segno

«La libreria resta in buone mani, mi rimetterò a studiare»

L'Ordine degli ingegneri sceglie una chimica

Susanna Salvador Il congedo «Il mio mestiere? Sì sono un libraio. Questa la parola che mi rappresenta». Sono quasi le otto di sera e Mauro Danelli sta sistemando alcuni libri, mettendoli in riga, in quella che per lui è stata casa dal 1978, la libreria "Al Segno", anche se in luoghi diversi della città, quella Pordenone dove è nato e cresciuto. L'appuntamento è per una chiacchierata che poi si trasformerà in due ore di viaggi tra storia, filosofia, politica, letteratura, costume; parole che parlano del suo mondo, anche se lui di essere definito un intellettuale non ne vuole sapere, prendendo per vera la sola eccezione negativa del termine.

«Un libraio non può essere il grigio porgitore di una merce - ha scritto in un saggio pubblicato nel 2019 dalla rivista La Panarie -, ma deve porsi come propositore culturale () perché (citazione di Jorge Molist) il libro giusto produce cambiamenti definitivi nel lettore».

Un ruolo importante, impegnativo, al quale il 73enne non è mai venuto meno, nonostante il passare del tempo lo abbia costretto a scelte diverse. «Fino a metà degli anni Novanta prendevo in mano tutti i libri che arrivavano, ora è impossibile vista la mole di pubblicazioni», spiega Danelli. La lettura del libraio, la chiama, che gli ha permesso di essere una guida per i lettori grazie ai consigli maturati dalla conoscenza delle pagine che faceva sue. «Indispensabile l'identikit di chi entra, sapere se è interessato alla saggistica piuttosto che alla narrativa e», sottolinea, «molti di quelli che hanno preso il libro consigliato da me, sono tornati ad acquistarlo per regalarlo».

La serata è fresca e nella libreria di vicolo del Forno si respira l'odore della carta. La scrivania è piccola, ma viaggiando con le parole di Danelli sembra di essere in uno spazio aperto che fa venire voglia di prendere in mano uno delle migliaia di volumi che abbracciano le stanze da lunghi anni. Tra un mese le sue serate le trascorrerà altrove, perché dopo 48 anni ha deciso di vendere la sua creatura. «Non solo mia, assolutamente no», rimarca più volte, «siamo un gruppo e abbiamo sempre lavorato assieme».

La storia del Segno inizia nel 1978 vicino alla stazione ferroviaria, dove Danelli e due amici, Giovanni Santarossa (ora editore) e Luciano Micheluz, rilevano la libreria "Grillo parlante", luogo alternativo della città. «Dopo l'acquisto rimanemmo con 240mila lire che abbiamo interamente speso per acquistare libri. Dovevamo riempire 50 metri quadrati che oggi sembrano poca cosa, ma al tempo erano tanti». Nel 1992 il trasferimento in vicolo del Forno. Poi l'ampliamento con gli spazi che ospitavano un negozio di strumenti musicali, nella stessa piazzetta a pochi metri dalla prima libreria del vicolo, ai quali dopo si aggiunge un'altra stanza dove c'era una gioielleria e, infine, lo spazio dedicato ai bambini.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto (ed. Pordenone)

Controllate e partecipate

«Qui, nella nuova sede, siamo partiti con persone prese dal Gaspe, alcuni giovanissimi che facevano parte del gruppo per un'alternativa sociopolitica all'emarginazione», gruppo da lui fondato.

«Oggi siamo in 14, undici soci e tre dipendenti». Un universo mondo formatosi nella "scuola" di Danelli al cui interno si è sicuri di trovare l'accoglienza da librario. Durante la lunga chiacchierata il 73enne racconta un mondo dove «la lotta non si fa con le armi, ma con i libri», pennellandolo di una sorta di triste consapevolezza dell'immutare della storia perché «gli uomini non imparano mai».

Danelli confessa anche di essere stato più volte corteggiato da grandi gruppi editoriali come Mondadori, con offerte di acquisto già dai primi anni Duemila.

Ma la sua bandiera è quella delle librerie indipendenti e così ha voluto rimanesse "Al segno". E spiega: «Ho scelto di vendere a Librerie Coop di Coop alleanza, a un gruppo di persone amabili, intelligenti e responsabili. Hanno accettato una serie di condizioni che ho posto loro sia per quanto riguarda il posto di lavoro dei dipendenti che sarà mantenuto, sia per la conservazione del nome della libreria». Un mese ancora, poi al posto di quell'uomo che per 48 anni è stato il volto del Segno (certamente anche grazie al suo gruppo) ci sarà qualcun altro. E sarà un'assenza che si noterà. Lui è certo che non si commuoverà l'ultima sera tra quei libri, anche se racconta - e sembra quasi uscire uno dei sui rari sorrisi -, «da quanto si è saputo che avevo venduto, c'è chi entra e si prodiga di complimenti per quello che ho fatto, e non gradisco molto. Ma», ammette, «se invece non mi dicono nulla, mi interrogo su quello che ho fatto, chiedendomi se ho lavorato male».

Di nomi non ne fa nemmeno sotto tortura, nonostante la ripetuta domanda su chi sia o sia stato il pordenonese più affezionato, chi il più simpatico, chi il più difficile. Nulla, bocca cucita, salvo per dire che i giovani che leggono sono sempre meno, non disdegnando critiche ai social e all'intelligenza artificiale. Ed è chiaro anche su un'altra cosa: «Non ci sarà alcuna cerimonia di chiusura, le vedo come una forma di narcisismo». Niente brindisi, magari solo gli occhi umidi e poi una nuova vita fatta di studio e libri. «Sì, ricomincerò a studiare», conferma ricordando con una sorta di rimpianto quegli studi di Filosofia mai terminati. «Finalmente mi fermo e mi metto a studiare il Risorgimento, la chiave per comprendere la storia di oggi, poi gli anni Settanta e Ottanta». I libri, insomma, la casa di sempre. © RIPRODUZIONE RISERVATA in pensione a 73 anni «Fino a metà degli anni '90 prendevo in mano tutti i libri in arrivo Ora sono troppi» la scelta Corteggiato da grandi gruppi Cede alle sue condizioni: salvi nome e personale Mauro Danelli, cofondatore e titolare della libreria Al Segno, tra i suoi amati libri (Foto Ambrosio/Petrussi).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Manifesto

Coop e Cooperazione

ROMA, LA CAMPAGNA COOP

«Close the gap», azioni per la parità di genere

BIANCA CARAMELLI


Centrosinistra, via al cantiere del programma

Autonomia, tra rischio secessione e stallo

«Close the gap», azioni per la parità di genere

Il Trasformata per l'occasione in una piccola aula, con banchi, lavagna e gessetti, la galleria Alberto Sordi di Roma ha accolto la campagna di Coop «Close the gap» che per la prima volta è stata portata in un luogo pubblico per aprire nelle strade una discussione sui temi dell'inclusione di genere. L'evento ieri ha riunito istituzioni, organizzazioni, cittadine e cittadini, per ribadire che la parità non può essere solo un'intenzione o un principio, ma deve trasformarsi in una pratica.

Ad aprire i lavori sono stati i saluti di Maura Latini, presidente di Coop Italia, e di Simonetta Radi, presidente di Unicoop Etruria. La prima ha ricordato che l'iniziativa va avanti da due anni e ha portato nelle scuole l'educazione affettiva, con l'obiettivo di «superare la violenza di genere e ridurre le barriere che si stanno alzando tra le persone». Un impegno ancora più importante dopo il via libera del Senato del dl Valditara, che vieta i progetti educativi a tema sessualità e relazioni nella scuola primaria e li rende solo opzionali in quella secondaria. Per ribadire l'importanza di partire dalle basi educative e dalle nuove generazioni, lo scrittore e insegnante Enrico Galiano ha coinvolto la platea in un dialogo sull'uso delle parole e sugli stereotipi. Soldata, medica, rettora: termini al femminile corretti in italiano ma insoliti alle orecchie. Così, non si usano nel quotidiano, limitando l'immaginazione collettiva e di conseguenza la capacità delle donne di proiettarsi in certi ruoli.

L'evento ha poi dato voce a diversi "compagni di strada" in questi anni accanto a Coop. Tra loro Gino Cecchettin, che ha ripreso lo slogan della giornata «Dire, fare, amare» per ricordare che «c'è ancora tanta strada per compiere il passo tra ciò che si fa e l'amare» perché «molte persone fanno, ma non in modo giusto». La statistica Linda Laura Sabbadini ha invece portato la discussione sui dati dell'occupazione femminile, sottolineando che «il diritto al lavoro in Italia non è ancora pienamente garantito» visto che quasi la metà delle donne nel nostro paese non lavora. Tutte le associazioni presenti, tra cui Amnesty International, Arcigay, Differenza donna e Casa internazionale delle donne, hanno ribadito l'urgenza di un'educazione sessuo-affettiva e alle relazioni che sia strutturata e sistematica.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Roma)

Coop e Cooperazione

la campagna

Galleria Sordi, "Close the gap" di Coop un'aula per discutere gli stereotipi di genere


Crisi dell'edilizia scolastica mancano 330 milioni per ristrutturare gli istituti

Galleria Sordi, "Close the gap" di Coop un'aula per discutere gli stereotipi di genere

Promuovere una cultura delle relazioni fondata sul rispetto e contrastare gli stereotipi di genere, soprattutto nelle scuole. È questo l'obiettivo di "Close the Gap", la campagna di Coop Italia, approdata ieri in città con una tappa che ha trasformato la Galleria Alberto Sordi in un'aula aperta alla cittadinanza. Ad aprire l'evento è stato l'insegnante e scrittore Enrico Galiano, che ha invitato il pubblico a riflettere sugli stereotipi di genere presenti nel linguaggio e sul contesto culturale che favorisce comportamenti sessisti: «Se l'aria è pulita, la muffa non c'è», ha detto». In un videomessaggio, Linda Laura Sabbadini, statistica e studiosa dei cambiamenti sociali, ha ricordato che «l'Italia è ultima in Europa per il tasso di occupazione femminile» e che quasi la metà delle donne non lavora, lanciando un appello alla politica affinché sostenga maggiormente l'impiego e la partecipazione femminile. Nel corso del dibattito, il filo conduttore è stato il ruolo della scuola e degli spazi educativi nella prevenzione della violenza e nella costruzione di relazioni fondate sul rispetto. Elisabetta Camussi, docente dell'Università Milano-Bicocca e componente del comitato scientifico della ricerca "La scuola degli affetti", ha ribadito la necessità di introdurre percorsi strutturati di educazione alle relazioni negli istituti, mentre Jonathan Silvestro di Scomodo ha sottolineato l'importanza degli spazi di confronto e ascolto, citando l'esperienza di Spin Time Labs. Sul fronte della prevenzione della violenza di genere, Celeste Costantino, vicepresidente della Fondazione Una Nessuna Centomila, ha richiamato il ruolo centrale della formazione; Elisa Ercoli, presidente di Differenza Donna, ha ricordato il lavoro dei centri antiviolenza e l'importanza del numero 1522. Laura Cavatorta, vicepresidente di Fuori Quota, ha posto l'accento sull'autonomia economica femminile, mentre Barbara Leda Kenny della Casa Internazionale delle Donne ha portato l'esperienza di una realtà impegnata da decenni nel sostegno alle donne. Un passaggio è stato dedicato anche alla salute mentale con Francesco Maesano, promotore del Comitato "Diritto a stare bene", che ha ricordato la raccolta firme per una proposta di legge per un servizio psicologico pubblico e gratuito. Sul fronte dei diritti, Ileana Bello e Tina Marinari di Amnesty hanno richiamato il legame tra uguaglianza e diritti umani, mentre Gabriele Piazzoni, vicepresidente di Arcigay, ha evidenziato la necessità di contrastare le discriminazioni legate all'orientamento sessuale. Luisa Rizzitelli, presidente di Assist - Associazione Nazionale Atlete, ha richiamato le battaglie per i diritti delle sportive e la visibilità dello sport femminile. A chiudere è stata Monica Lucarelli, assessora comunale alle Pari opportunità, che ha ribadito la necessità di «costruire alleanze tra istituzioni, imprese, scuole, associazioni e cittadinanza». Infine, Gino Cecchettin della Fondazione Giulia Cecchettin, nata in memoria della figlia Giulia uccisa nel 2023, ha sottolineato che «per colmare il gap bisogna partire soprattutto dalla scuola primaria»,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Roma)

Coop e Cooperazione

mentre la presidente di Coop Italia Maura Latini ha parlato dei «limiti rilevanti» introdotti dal ministero dell'Istruzione con l'obbligo del consenso dei genitori per l'educazione sessuo-affettiva. - v.l. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

'Close the Gap', la campagna Coop sull'inclusione di genere, arriva a Roma per la prima volta in una piazza


Adnkronos.com

'Close the Gap', la campagna Coop sull'inclusione di genere, arriva a Roma per la prima volta in una piazza

06/12/2026 14:32

Sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere Arriva per la prima volta in un luogo pubblico a Roma la campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che il 12 giugno trova il suo spazio a Roma dentro la Galleria Alberto Sordi (piazza Colonna). All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento "Una piazza per parlare di educazione alle relazioni", porta sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. Momento di riflessione e spettacolo quello che lo scrittore e insegnante Enrico Galiano propone in apertura della mattinata con un estratto della sua lezione-show sull'Educazione alle relazioni, in un dialogo con la platea per raccontare alle giovani generazioni e a tutti i presenti che a volte le discriminazioni non sono così evidenti come pensiamo, eppure ci sono. Aprono i lavori, per il Comune di Roma che ha patrocinato l'evento, l'Assessora alle attività Produttive, alle Pari Opportunità e all'Attrazione degli Investimenti di Roma Capitale, Monica Lucarelli e per Coop Italia la Presidente Maura Latini affiancata da Simonetta Radi la Presidente di Unicoop Etruria, ovvero la cooperativa di consumatori che opera in Toscana, Lazio e Umbria. Un'occasione per raccontare lo sforzo collettivo dell'unione fra soggetti diversi, il fare rete di fronte all'urgenza del momento, testimoniando il percorso di Coop in questi anni realizzato collaborando con tanti compagni di strada preziosi. Dopo l'apertura di Galiano interverranno infatti Elisabetta Camussi, docente dell'Università Milano Bicocca, al fianco di Coop da quando nel 2025 ha preso parte al comitato scientifico della

Sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere Arriva per la prima volta in un luogo pubblico a Roma la campagna di Coop sulla differenza di genere Close the Gap, che il 12 giugno trova il suo spazio a Roma dentro la Galleria Alberto Sordi (piazza Colonna). All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento Una piazza per parlare di educazione alle relazioni, porta sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. Momento di riflessione e spettacolo quello che lo scrittore e insegnante Enrico Galiano propone in apertura della mattinata con un estratto della sua lezione-show sull'Educazione alle relazioni, in un dialogo con la platea per raccontare alle giovani generazioni e a tutti i presenti che a volte le discriminazioni non sono così evidenti come pensiamo, eppure ci sono. Aprono i lavori, per il Comune di Roma che ha patrocinato l'evento, l'Assessora alle attività Produttive, alle Pari Opportunità e all'Attrazione degli Investimenti di Roma Capitale, Monica Lucarelli e per Coop Italia la Presidente Maura Latini affiancata da Simonetta Radi la Presidente di Unicoop Etruria, ovvero la cooperativa di consumatori che opera in Toscana, Lazio e Umbria. Un'occasione per raccontare lo sforzo collettivo dell'unione fra soggetti diversi, il fare rete di fronte all'urgenza del momento, testimoniando il percorso di Coop in questi anni realizzato collaborando con tanti compagni di strada preziosi. Dopo l'apertura di Galiano interverranno infatti Elisabetta Camussi, docente dell'Università Milano Bicocca, al fianco di Coop da quando nel 2025 ha preso parte al comitato scientifico della ricerca La scuola degli affetti. Gino Cecchettin, presidente della Fondazione Giulia Cecchettin, con la quale Coop realizza corsi di formazione del proprio personale sull'educazione alle relazioni. Lorenzo Cirino, tra i fondatori dell'associazione di attivismo giovanile Scomodo, che negli anni ha affiancato Coop in molti progetti di inclusione. Celeste Costantino della Fondazione Una Nessuna Centomila che segue i percorsi di formazione della Fondazione nelle scuole e in ambito universitario, Elisa Ercoli, presidente di Differenza Donna con la quale le cooperative di consumatori realizzano progetti di sensibilizzazione sulla diffusione del numero nazionale antiviolenza 1522. Laura Cavatorta, Vicepresidente dell'associazione Fuori Quota, che ha sviluppato progetti volti a affrontare anche da un punto di vista economico il tema della parità di genere. Barbara Leda Kenny della Casa Internazionale delle Donne, realtà romana da decenni impegnata nel dibattito sui diritti femminili e nel prestare servizi alle donne nelle diverse necessità delle loro vite. E ancora Francesco Maesano, promotore del Comitato Diritto a Stare Bene, con cui Coop ha collaborato per la

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

raccolta firme alla proposta di legge di iniziativa popolare sulla necessità di un servizio psicologico pubblico e gratuito, proposta oggi incardinata nei lavori parlamentari. Ileana Bello e Tina Marinari di Amnesty International Italia protagonista con Coop della campagna di solidarietà per le donne iraniane e organizzazione da sempre impegnata su questi temi a livello istituzionale, nelle scuole e con progetti educativi. Gabriele Piazzoni, vicepresidente Arcigay, con cui Coop collabora da anni in occasione del Pride Month e non solo. E ancora Luisa Rizzitelli, dell'Assist Associazione Nazionale Atlete, portatrice di interesse sullo sport al femminile e i diritti delle donne nello sport, Linda Laura Sabbadini, statistica e studiosa di cambiamenti sociali, che ha affiancato Coop in numerose tappe della campagna Close the Gap partendo dall'indagine realizzata assieme nel 2025. "Portare Close the Gap nel cuore di Roma, in uno spazio aperto e attraversato ogni giorno da migliaia di persone come la Galleria Alberto Sordi, significa affermare che il tema delle relazioni, del rispetto e della parità riguarda tutta la società. La violenza e le discriminazioni non nascono all'improvviso: affondano le radici in stereotipi e modelli culturali che dobbiamo avere il coraggio di mettere in discussione. Per questo è fondamentale costruire alleanze tra istituzioni, imprese, scuole, associazioni e cittadinanza. Solo così possiamo promuovere una cultura del rispetto capace di prevenire la violenza e trasformare la parità da principio da affermare a pratica quotidiana da vivere." dichiara Monica Lucarelli, Assessora alle Attività Produttive, Pari Opportunità e Attrazione Investimenti di Roma Capitale. Ci piace pensare a questa mattina come a un momento collettivo di condivisione di un percorso che per Coop parte da lontano in linea con la sua natura di insieme di imprese cooperative ma che certo ha avuto una accelerazione da cinque anni a questa parte con la campagna-ombrello Close the Gap -sostiene Maura Latini Presidente Coop Italia- Negli anni abbiamo condiviso con tutti coloro che sono oggi qui presenti importanti momenti di affermazione di diritti, di parità e di inclusione femminile certi che gli obiettivi che ci siamo dati sono sempre sfidanti e sempre da rinnovare. Continuiamo a affiancare chi si occupa di violenza nei confronti delle donne e lo facciamo con gli aiuti ai Centri Rifugio ma anche con gli inserimenti lavorativi grazie alle nostre cooperative. Da due anni però abbiamo voluto spostare l'accento su ciò che c'è prima di qualsiasi atto di violenza sia anche verbale e non fisica, psicologica ma ugualmente dannosa e torniamo anche qui con forza ad affermare la necessità non più rinviabile di una educazione alle relazioni che sia obbligatoria nelle scuole dove si formano le giovani generazioni. Tutto ciò malgrado la Legge appena varata dal Ministro Valditara e dal Governo che va in ben altra direzione. In un'epoca in cui le connessioni sono sempre più veloci e sempre meno profonde sentiamo il dovere, in quanto Cooperativa, di rimettere al centro il valore delle relazioni umane. -spiega Simonetta Radi, Presidente Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Etruria- Investire nelle relazioni significa credere nel futuro delle comunità per questo portiamo avanti i temi e gli appelli di Close the Gap attraverso azioni concrete, come il sostegno ai centri anti-violenza, il reinserimento lavorativo di donne vittime di violenza, la raccolta firme per promuovere la presenza di psicologi tra le comunità compresa la comunità

scolastica, oltre a proporre occasioni di sensibilizzazione nei supermercati e durante gli eventi sociali, in sinergia con le associazioni, le istituzioni e le scuole dei territori in cui siamo presenti. Il prossimo appuntamento con Close the Gap sarà a Perugia il 26 giugno in occasione de L'Umbria che spacca, il festival che ogni anno richiama migliaia di giovani da tutta Italia. Una giornata che si inserisce in un percorso comunque ancora lungo. Galiano sarà infatti anche presente il 26 giugno a Perugia assieme a Coop per il festival Umbria che spacca in un incontro sulla falsariga della tappa romana che vede la partecipazione di organizzazioni impegnate sui temi dell'inclusione. Prosegue anche la collaborazione nella formazione con la Fondazione Giulia Cecchettin, mentre a giugno arrivano sugli scaffali delle cooperative le bag per il Pride Month a sostegno dei progetti di Arcigay e a novembre si parlerà di nuovo di contrasto alla violenza sulle donne.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Camussi (UniMib): "Psicologi fondamentali per educazione alle relazioni e benessere pubblico"


Adnkronos.com

Camussi (UniMib): "Psicologi fondamentali per educazione alle relazioni e benessere pubblico"

06/12/2026 14:32

'Campagna "Diritto a stare bene" per offrire rete di servizi psicologici gratuiti. Con Coop lavoro condiviso su scuola e famiglie' "La campagna 'Diritto a stare bene' nasce come una raccolta firme per una legge di iniziativa popolare dedicata alla costruzione di una rete di servizi psicologici pubblici gratuiti, accessibili e presenti nei luoghi della quotidianità delle persone. Il lavoro che abbiamo fatto con Coop si è particolarmente intersecato con il tema dell'educazione alle relazioni, rispetto alle quali Coop aveva già fatto un lavoro importante di ricerca, di cui anch'io sono stata parte rispetto ai desideri dei genitori, su chi potessero essere i professionisti e professioniste più adatte a fare questo e la risposta è stata che ad essere più adatti sono gli psicologi e le psicologhe". A dirlo Elisabetta Camussi, psicologa sociale Università Milano Bicocca e componente del comitato scientifico della campagna 'Diritto a stare bene', alla presentazione della stessa campagna, oggi all'interno della Galleria Sordi di Roma per la tappa romana di Close the Gap, l'iniziativa organizzata da Coop dedicata all'educazione alle relazioni, al benessere e alla condivisione. Tra i partner della giornata anche la Fondazione Gino Cecchettin. "Da questa dimensione, in accordo con altre figure professionali e nel rapporto con i docenti all'interno dei percorsi scolastici, abbiamo trovato una possibilità di cooperazione importante, per cui l'iniziativa Close the Gap e il progetto 'Dire, Fare e Amare' di Coop hanno contribuito alla raccolta firme per il sostegno alla legge e stiamo continuando a ragionare insieme su quali siano le dimensioni scientifiche e applicative davvero utili affinché questo aspetto dell'educazione alle relazioni diventi sostanza nella vita delle persone", conclude Camussi

Campagna Diritto a stare bene per offrire rete di servizi psicologici gratuiti. Con Coop lavoro condiviso su scuola e famiglie' La campagna 'Diritto a stare bene' nasce come una raccolta firme per una legge di iniziativa popolare dedicata alla costruzione di una rete di servizi psicologici pubblici gratuiti, accessibili e presenti nei luoghi della quotidianità delle persone. Il lavoro che abbiamo fatto con Coop si è particolarmente intersecato con il tema dell'educazione alle relazioni, rispetto alle quali Coop aveva già fatto un lavoro importante di ricerca, di cui anch'io sono stata parte rispetto ai desideri dei genitori, su chi potessero essere i professionisti e professioniste più adatte a fare questo e la risposta è stata che ad essere più adatti sono gli psicologi e le psicologhe. A dirlo Elisabetta Camussi, psicologa sociale Università Milano Bicocca e componente del comitato scientifico della campagna 'Diritto a stare bene', alla presentazione della stessa campagna, oggi all'interno della Galleria Sordi di Roma per la tappa romana di Close the Gap, l'iniziativa organizzata da Coop dedicata all'educazione alle relazioni, al benessere e alla condivisione. Tra i partner della giornata anche la Fondazione Gino Cecchettin. Da questa dimensione, in accordo con altre figure professionali e nel rapporto con i docenti all'interno dei percorsi scolastici, abbiamo trovato una possibilità di cooperazione importante, per cui l'iniziativa Close the Gap e il progetto Dire, Fare e Amare' di Coop hanno contribuito alla raccolta firme per il sostegno alla legge e stiamo continuando a ragionare insieme su quali siano le dimensioni scientifiche e applicative davvero utili affinché questo aspetto dell'educazione alle relazioni diventi sostanza nella vita delle persone, conclude Camussi.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Latini (Coop): "Educazione affettiva è chiave contro violenza e incomunicabilità"


Adnkronos.com

Latini (Coop): "Educazione affettiva è chiave contro violenza e incomunicabilità"

06/12/2026 14:32

'Campagna 'Dire, Fare, Amare' è evoluzione Close the Gap: necessario partire dall'origine dei problemi nelle relazioni' "In un mondo, ormai molto condizionato dai social, che sono tecnologia prima di essere relazione tra persone, tornare all'origine del dialogo, cioè all'educazione affettiva, è importante. La campagna 'Dire, Fare e Amare' ha, pertanto, la volontà di far comprendere a tutti, e i nostri soci sono i promotori di questa necessità, quanto l'educazione affettiva nelle scuole sia la chiave di cambiamento per evitare la terribile attualità che tutti i giorni dobbiamo affrontare come il cyberbullismo, l'incomunicabilità, la violenza di genere. L'educazione affettiva, quindi, si fa grimaldello per migliorare la relazione nel mondo nel quale viviamo". Così Maura Latini, presidente Coop Italia, in occasione della tappa romana della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che oggi ha trovato il suo spazio a Roma all'interno della Galleria Alberto Sordi. All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento "Una piazza per parlare di educazione alle relazioni", ha portato sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. "La campagna 'Dire, Fare, Amare' è molto importante per noi perché si tratta di una vera e propria evoluzione. Siamo partiti con 'Close the Gap', ormai cinque anni fa - spiega Latini - occupandoci dei disagi che derivano dalla mancanza di inclusione e di parità di genere, ma anche della difficoltà di comunicare, del dramma del femminicidio e della violenza a tutto tondo. Solo adesso abbiamo trovato una chiave per condividere insieme al mondo dell'associazionismo, con cui collaboriamo da sempre, la necessità di partire

Campagna Dire, Fare, Amare' è evoluzione Close the Gap: necessario partire dall'origine dei problemi nelle relazioni' In un mondo, ormai molto condizionato dai social, che sono tecnologia prima di essere relazione tra persone, tornare all'origine del dialogo, cioè all'educazione affettiva, è importante. La campagna Dire, Fare e Amare' ha, pertanto, la volontà di far comprendere a tutti, e i nostri soci sono i promotori di questa necessità, quanto l'educazione affettiva nelle scuole sia la chiave di cambiamento per evitare la terribile attualità che tutti i giorni dobbiamo affrontare come il cyberbullismo, l'incomunicabilità, la violenza di genere. L'educazione affettiva, quindi, si fa grimaldello per migliorare la relazione nel mondo nel quale viviamo. Così Maura Latini, presidente Coop Italia, in occasione della tappa romana della campagna di Coop sulla differenza di genere Close the Gap, che oggi ha trovato il suo spazio a Roma all'interno della Galleria Alberto Sordi. All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento Una piazza per parlare di educazione alle relazioni, ha portato sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. La campagna Dire, Fare, Amare' è molto importante per noi perché si tratta di una vera e propria evoluzione. Siamo partiti con Close the Gap', ormai cinque anni fa - spiega Latini - occupandoci dei disagi che derivano dalla mancanza di inclusione e di parità di genere, ma anche della difficoltà di comunicare, del dramma del femminicidio e della violenza a tutto tondo. Solo adesso abbiamo trovato una chiave per condividere insieme al mondo dell'associazionismo, con cui collaboriamo da sempre, la necessità di partire dall'origine dei problemi, ovvero l'educazione affettiva mancante e la difficoltà che hanno le giovani generazioni, insieme anche gli adulti - sottolinea Latini - ad avere le chiavi di dialogo e confronto che permettano di comprendere come le relazioni possano migliorare e svilupparsi, piuttosto che degenerare e diventare ostative tra un essere umano e l'altro. Purtroppo, la recente legge adottata va nella direzione opposta, almeno per la parte di necessità di consenso da parte delle famiglie, che secondo noi è un errore perché spesso sono proprio le famiglie più fragili a non comprendere la necessità dell'educazione affettiva per i propri ragazzi e ragazze, e lo Stato abdica a svolgere il suo ruolo di migliorare e aiutare tutte le famiglie. Speriamo che ci ripensi. Il nostro percorso vuole andare nella direzione opposta e far comprendere quanto dialogare fra esseri umani sia la chiave per vivere meglio, conclude Latini.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Fondazione Cecchettin: "Parità di genere sia obiettivo condiviso"


Adnkronos.com

Fondazione Cecchettin: "Parità di genere sia obiettivo condiviso"

06/12/2026 14:32

'Percorso non privo di ostacoli, ma aumenta la sensibilità attorno al tema' I dati Istat e quelli di numerose associazioni confermano che la strada da percorrere per colmare il divario di genere è ancora lunga. Il tema di questa giornata è fondamentale: la parità deve essere un obiettivo condiviso da tutti, un traguardo collettivo". Sono le parole di Gino Cicchettin, Fondazione Giulia Cicchettin, intervenuto oggi a Roma alla tappa della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che oggi ha trovato il suo spazio nella Capitale all'interno della Galleria Alberto Sordi. "Come Fondazione Giulia Cecchettin, stiamo portando avanti il nostro impegno, concentrandoci soprattutto sull'educazione - riprende il fondatore della Fondazione - Crediamo fermamente che per abbattere questo gap si debba partire dai banchi di scuola, già dalla primaria e dall'infanzia: solo così potremo formare generazioni capaci di guardare l'altro come un proprio pari, riconoscendo a ogni individuo gli stessi diritti e le stesse opportunità". "Il percorso è complesso e non privo di ostacoli - osserva Cecchettin - ma la sensibilità pubblica è in crescita, sostenuta anche dal crescente impegno delle aziende che scelgono di promuovere attivamente questi valori. Non ci fermeremo: la ricerca e i dati internazionali confermano che l'implementazione di percorsi di educazione sessuo affettiva porta a una significativa riduzione di violenze e femminicidi. È tempo di contrastare con determinazione pregiudizi e teorie prive di fondamento scientifico. Concentrandoci concretamente sul benessere dei giovani e della società, saremo in grado di compiere le scelte giuste per il futuro", conclude Cecchettin. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.

Percorso non privo di ostacoli, ma aumenta la sensibilità attorno al tema' I dati Istat e quelli di numerose associazioni confermano che la strada da percorrere per colmare il divario di genere è ancora lunga. Il tema di questa giornata è fondamentale: la parità deve essere un obiettivo condiviso da tutti, un traguardo collettivo. Sono le parole di Gino Cicchettin, Fondazione Giulia Cicchettin, intervenuto oggi a Roma alla tappa della campagna di Coop sulla differenza di genere Close the Gap, che oggi ha trovato il suo spazio nella Capitale all'interno della Galleria Alberto Sordi. Come Fondazione Giulia Cecchettin, stiamo portando avanti il nostro impegno, concentrandoci soprattutto sull'educazione - riprende il fondatore della Fondazione - Crediamo fermamente che per abbattere questo gap si debba partire dai banchi di scuola, già dalla primaria e dall'infanzia: solo così potremo formare generazioni capaci di guardare l'altro come un proprio pari, riconoscendo a ogni individuo gli stessi diritti e le stesse opportunità. Il percorso è complesso e non privo di ostacoli - osserva Cecchettin - ma la sensibilità pubblica è in crescita, sostenuta anche dal crescente impegno delle aziende che scelgono di promuovere attivamente questi valori. Non ci fermeremo: la ricerca e i dati internazionali confermano che l'implementazione di percorsi di educazione sessuo affettiva porta a una significativa riduzione di violenze e femminicidi. È tempo di contrastare con determinazione pregiudizi e teorie prive di fondamento scientifico. Concentrandoci concretamente sul benessere dei giovani e della società, saremo in grado di compiere le scelte giuste per il futuro, conclude Cecchettin. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Prof. Galliano: "Italia arretrata su materia affettiva, campagna spinge in avanti"


Adnkronos.com

Prof. Galliano: "Italia arretrata su materia affettiva, campagna spinge in avanti"

06/12/2026 14:34

'Studenti con fame di conoscere temi emotivi, serve personale specializzato' "L'obiettivo principale di oggi è parlare di emozioni e parlare di come questi argomenti si possano portare a scuola, discutendone con i ragazzi tra i banchi. La campagna è così importante perché siamo molto indietro in Italia rispetto agli altri paesi, dove studiano educazione affettiva come una materia qualsiasi, come se fosse storia, inglese, matematica. Da anni, ormai, mentre noi necessitiamo di un certo tipo di lavoro in questo senso, qui possiamo ragionare su come proporre questa materia in classe, senza paura o timore di questo tipo di lezioni". Sono le parole di Enrico Galiano, professore e scrittore, alla presentazione della campagna 'Diritto a stare bene', organizzata all'interno della Galleria Sordi di Roma per la tappa romana di 'Close the Gap', l'iniziativa organizzata da Coop dedicata all'educazione alle relazioni, al benessere e alla condivisione. Tra i partner della giornata anche la Fondazione Gino Cecchettin. "In generale - prosegue il professore Galiano - si teme che la scuola faccia una ingerenza, cioè si metta a fare qualcosa che andrebbe fatta a casa, ed è vero che l'educazione affettiva andrebbe discussa in famiglia ma io insegno da vent'anni e posso dire con certezza che questi ragazzi affrontano questi temi in maniera sana solo in classe; a casa manca questo tipo di appoggio, siamo convinti che la scuola possa portare a loro ciò che non trovano altrove". "Quando in aula trattiamo questi temi - aggiunge Galiano - magari tramite la poesia, la letteratura, è fantastico vedere come improvvisamente anche quegli studenti che prima sbadigliavano d'un tratto si accendono. Capisci subito che c'è fame' di questi argomenti, ma sono comunque temi che andrebbero affrontati con psicologi e personale specializzato, non con noi insegnanti, conclude. Vuoi restare informato? Iscriviti a e-news , la newsletter di Adnkronos inviata ogni giorno, dal lunedì al venerdì, con le più importanti notizie della giornata.

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Maesano: "Psicologia pubblica diventi servizio territoriale gratuito"


Adnkronos.com

Maesano: "Psicologia pubblica diventi servizio territoriale gratuito"

06/12/2026 14:38

'è primo capitolo di investimento sociale e produttivo per il Paese' "L'anno scorso abbiamo raccolto 70mila firme sulla nostra proposta di legge di iniziativa popolare che chiede che ci sia in Italia un servizio pubblico di psicologia che sia gratuito per tutti. Non sono necessari nuovi sportelli esterni ai contesti di vita: non nelle scuole, ma nelle classi, non genericamente nei luoghi di lavoro, ma all'interno degli uffici, dove le persone vivono la loro vita in comune. Dal nostro punto di vista questo è cruciale. È il primo capitolo di investimento industriale in Italia ed è la prima priorità di cui dovrebbe occuparsi la politica. Per tale ragione abbiamo proposto in Senato il nostro testo di legge per la psicologia pubblica territoriale". E' quanto affermato da Francesco Maesano, coordinatore campagna 'Diritto a stare bene' di Pubblica - un'associazione senza scopo di lucro nata per contribuire ad allargare lo spazio dei diritti e restringere il campo dell'esclusione sociale - proprio in occasione della stessa campagna, che ha trovato il suo spazio all'interno della Galleria Sordi di Roma per la tappa romana di Close the Gap, l'iniziativa organizzata da Coop dedicata all'educazione alle relazioni, al benessere e alla condivisione. Tra i partner della giornata anche la Fondazione Gino Cecchettin. All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento 'Una piazza per parlare di educazione alle relazioni', ha riunito sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. "Con 'Dire, Fare, Amare' ci siamo conosciuti in modo naturale perché entrambe le campagne chiedono che ci sia, per i ragazzi, una competenza professionale all'interno dei contesti e delle classi che spieghi loro cosa è davvero importante dal punto di vista

'è primo capitolo di investimento sociale e produttivo per il Paese' L'anno scorso abbiamo raccolto 70mila firme sulla nostra proposta di legge di iniziativa popolare che chiede che ci sia in Italia un servizio pubblico di psicologia che sia gratuito per tutti. Non sono necessari nuovi sportelli esterni ai contesti di vita: non nelle scuole, ma nelle classi, non genericamente nei luoghi di lavoro, ma all'interno degli uffici, dove le persone vivono la loro vita in comune. Dal nostro punto di vista questo è cruciale. È il primo capitolo di investimento industriale in Italia ed è la prima priorità di cui dovrebbe occuparsi la politica. Per tale ragione abbiamo proposto in Senato il nostro testo di legge per la psicologia pubblica territoriale. E' quanto affermato da Francesco Maesano, coordinatore campagna 'Diritto a stare bene' di Pubblica - un'associazione senza scopo di lucro nata per contribuire ad allargare lo spazio dei diritti e restringere il campo dell'esclusione sociale - proprio in occasione della stessa campagna, che ha trovato il suo spazio all'interno della Galleria Sordi di Roma per la tappa romana di Close the Gap, l'iniziativa organizzata da Coop dedicata all'educazione alle relazioni, al benessere e alla condivisione. Tra i partner della giornata anche la Fondazione Gino Cecchettin. All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento 'Una piazza per parlare di educazione alle relazioni', ha riunito sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. Con Dire, Fare, Amare' ci siamo conosciuti in modo naturale perché entrambe le campagne chiedono che ci sia, per i ragazzi, una competenza professionale all'interno dei contesti e delle classi che spieghi loro cosa è davvero importante dal punto di vista delle relazioni personali, conclude Maesano.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: Camussi (UniMib), ' "Diritto a stare bene" per offrire rete di servizi psicologici gratuiti'

"La campagna "Diritto a stare bene" nasce come una raccolta firme per una legge di iniziativa popolare dedicata alla costruzione di una rete di servizi psicologici pubblici gratuiti, accessibili e presenti nei luoghi della quotidianità delle persone. Il lavoro che abbiamo fatto con Coop si è particolarmente intersecato con il tema dell'educazione alle relazioni, rispetto alle quali Coop aveva già fatto un lavoro importante di ricerca, di cui anch'io sono stata parte rispetto ai desideri dei genitori, su chi potessero essere i professionisti e professioniste più adatte a fare questo e la risposta è stata che ad essere più adatti sono gli psicologi e le psicologhe". Così Elisabetta Camussi, Psicologa Sociale Università Milano Bicocca e componente del comitato scientifico di "Diritto a stare bene", intervenuta oggi a Roma alla tappa della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che il 12 giugno ha trovato il suo spazio nella Capitale all'interno della Galleria Alberto Sordi.


Adnkronos.com

Educazione: Camussi (UniMib), ' "Diritto a stare bene" per offrire rete di servizi psicologici gratuiti'

06/12/2026 18:27

"La campagna "Diritto a stare bene" nasce come una raccolta firme per una legge di iniziativa popolare dedicata alla costruzione di una rete di servizi psicologici pubblici gratuiti, accessibili e presenti nei luoghi della quotidianità delle persone. Il lavoro che abbiamo fatto con Coop si è particolarmente intersecato con il tema dell'educazione alle relazioni, rispetto alle quali Coop aveva già fatto un lavoro importante di ricerca, di cui anch'io sono stata parte rispetto ai desideri dei genitori, su chi potessero essere i professionisti e professioniste più adatte a fare questo e la risposta è stata che ad essere più adatti sono gli psicologi e le psicologhe". Così Elisabetta Camussi, Psicologa Sociale Università Milano Bicocca e componente del comitato scientifico di "Diritto a stare bene", intervenuta oggi a Roma alla tappa della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che il 12 giugno ha trovato il suo spazio nella Capitale all'interno della Galleria Alberto Sordi.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: Latini (Coop Italia), 'serve ripartire da educazione affettiva per migliorare relazioni'

"Solo adesso abbiamo trovato una chiave per condividere insieme al mondo dell'associazionismo, con cui collaboriamo da sempre, la necessità di partire dall'origine dei problemi, ovvero dall'educazione affettiva mancante e dalla difficoltà che hanno le giovani generazioni, insieme agli adulti, ad avere chiavi di dialogo e confronto che permettano di comprendere come le relazioni possano migliorare e svilupparsi, piuttosto che degenerare e diventare ostative tra un essere umano e l'altro". Sono le parole di Maura Latini, Presidente Coop Italia, in occasione della tappa romana della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che il 12 giugno ha trovato il suo spazio a Roma all'interno della Galleria Alberto Sordi. All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento "Una piazza per parlare di educazione alle relazioni", ha portato sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.


Adnkronos.com

Educazione: Latini (Coop Italia), 'serve ripartire da educazione affettiva per migliorare relazioni'

06/12/2026 18:27

"Solo adesso abbiamo trovato una chiave per condividere insieme al mondo dell'associazionismo, con cui collaboriamo da sempre, la necessità di partire dall'origine dei problemi, ovvero dall'educazione affettiva mancante e dalla difficoltà che hanno le giovani generazioni, insieme agli adulti, ad avere chiavi di dialogo e confronto che permettano di comprendere come le relazioni possano migliorare e svilupparsi, piuttosto che degenerare e diventare ostative tra un essere umano e l'altro". Sono le parole di Maura Latini, Presidente Coop Italia, in occasione della tappa romana della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che il 12 giugno ha trovato il suo spazio a Roma all'interno della Galleria Alberto Sordi. All'insegna della collettività e della pluralità, l'appuntamento "Una piazza per parlare di educazione alle relazioni", ha portato sul palco tutti gli attori che in questi ultimi 5 anni di campagna hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: Maesano, 'con Coop convergenza su competenze nelle classi per educare alle relazioni'

"Con 'Dire, Fare, Amare' di Coop ci siamo conosciuti in modo naturale perché entrambe le campagne chiedono che ci sia, per i ragazzi, una competenza professionale all'interno dei contesti e delle classi che spieghi loro cosa è davvero importante dal punto di vista delle relazioni personali". Sono le dichiarazioni di Francesco Maesano, Coordinatore campagna "Diritto a stare bene" di "Pubblica", proprio in occasione della stessa campagna, che ha trovato il suo spazio all'interno della Galleria Sordi di Roma per la tappa romana di Close the Gap, l'iniziativa organizzata da Coop dedicata all'educazione alle relazioni, al benessere e alla condivisione. Tra i partner della giornata anche la Fondazione Gino Cecchettin. Il primo canale televisivo di formazione e divulgazione scientifica dedicato a Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Disponibile on demand su SKY.



Adnkronos.com

Educazione: Maesano, 'con Coop convergenza su competenze nelle classi per educare alle relazioni'

06/12/2026 18:27

"Con 'Dire, Fare, Amare' di Coop ci siamo conosciuti in modo naturale perché entrambe le campagne chiedono che ci sia, per i ragazzi, una competenza professionale all'interno dei contesti e delle classi che spieghi loro cosa è davvero importante dal punto di vista delle relazioni personali". Sono le dichiarazioni di Francesco Maesano, Coordinatore campagna "Diritto a stare bene" di "Pubblica", proprio in occasione della stessa campagna, che ha trovato il suo spazio all'interno della Galleria Sordi di Roma per la tappa romana di Close the Gap, l'iniziativa organizzata da Coop dedicata all'educazione alle relazioni, al benessere e alla condivisione. Tra i partner della giornata anche la Fondazione Gino Cecchettin. Il primo canale televisivo di formazione e divulgazione scientifica dedicato a Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Disponibile on demand su SKY.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: professor Galiano, 'serve personale specializzato per trattare temi affettivi'

"Si teme sempre che la scuola faccia ingerenza parlando di un tema che andrebbe affrontato a casa, ma la verità è che gli studenti affrontano questi temi in maniera sana solo in classe. Quando l'argomento emerge tramite la poesia o la letteratura, i ragazzi si accendono, ma non possiamo occuparcene noi insegnanti, servirebbero psicologi e personale specializzato". Così Enrico Galiano, professore e scrittore, in occasione della tappa romana della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", nella Galleria Alberto Sordi. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.


Adnkronos.com

Educazione: professor Galiano, 'serve personale specializzato per trattare temi affettivi'

06/12/2026 18:27

"Si teme sempre che la scuola faccia ingerenza parlando di un tema che andrebbe affrontato a casa, ma la verità è che gli studenti affrontano questi temi in maniera sana solo in classe. Quando l'argomento emerge tramite la poesia o la letteratura, i ragazzi si accendono, ma non possiamo occuparcene noi insegnanti, servirebbero psicologi e personale specializzato". Così Enrico Galiano, professore e scrittore, in occasione della tappa romana della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", nella Galleria Alberto Sordi. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: Fondazione Cecchettin, 'aumenta la sensibilità sul tema parità di genere'

"La parità di genere deve essere un obiettivo condiviso da tutti, un traguardo collettivo. Il percorso è complesso e non privo di ostacoli, ma la sensibilità pubblica è in crescita, sostenuta anche dal crescente impegno delle aziende che scelgono di promuovere attivamente questi valori. Non ci fermeremo: la ricerca e i dati internazionali confermano che l'implementazione di percorsi di educazione sessuo-affettiva portano ad una significativa riduzione di violenze e femminicidi. Concentrandoci concretamente sul benessere dei giovani e della società, saremo in grado di compiere le scelte giuste per il futuro". Sono le parole di Gino Cecchettin, Fondazione Giulia Cecchettin, intervenuto a Roma alla tappa della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che il 12 giugno ha trovato il suo spazio nella Capitale all'interno della Galleria Alberto Sordi. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.


Adnkronos.com

Educazione: Fondazione Cecchettin, 'aumenta la sensibilità sul tema parità di genere'

06/12/2026 18:27

"La parità di genere deve essere un obiettivo condiviso da tutti, un traguardo collettivo. Il percorso è complesso e non privo di ostacoli, ma la sensibilità pubblica è in crescita, sostenuta anche dal crescente impegno delle aziende che scelgono di promuovere attivamente questi valori. Non ci fermeremo: la ricerca e i dati internazionali confermano che l'implementazione di percorsi di educazione sessuo-affettiva portano ad una significativa riduzione di violenze e femminicidi. Concentrandoci concretamente sul benessere dei giovani e della società, saremo in grado di compiere le scelte giuste per il futuro". Sono le parole di Gino Cecchettin, Fondazione Giulia Cecchettin, intervenuto a Roma alla tappa della campagna di Coop sulla differenza di genere "Close the Gap", che il 12 giugno ha trovato il suo spazio nella Capitale all'interno della Galleria Alberto Sordi. Persone, popolazione, natalità: Noi domani. Notizie, approfondimenti e analisi sul Paese che cambia.

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

'Close the Gap', campagna Coop per la prima volta in un luogo pubblico a Roma

Alla Galleria Alberto Sordi di Roma, la campagna Coop "Close the Gap" celebra cinque anni di impegno per l'uguaglianza di genere attraverso un momento di confronto aperto e partecipato. L'evento ha riunito associazioni, istituzioni, esperti e realtà che hanno condiviso questo percorso, raccontando il valore del fare rete di fronte alle sfide del presente. Sul palco gli interventi di Enrico Galiano e Gino Cecchettin, tra riflessioni sull'educazione affettiva e la necessità di costruire una cultura della parità. Spazio anche alla campagna "Diritto a stare bene", dedicata al benessere psicologico e alla promozione della psicologia pubblica territoriale. Vuoi restare informato? Iscriviti a e-news , la newsletter di Adnkronos inviata ogni giorno, dal lunedì al venerdì, con le più importanti notizie della giornata.



Adnkronos.com

'Close the Gap', campagna Coop per la prima volta in un luogo pubblico a Roma

06/12/2026 18:57

Alla Galleria Alberto Sordi di Roma, la campagna Coop "Close the Gap" celebra cinque anni di impegno per l'uguaglianza di genere attraverso un momento di confronto aperto e partecipato. L'evento ha riunito associazioni, istituzioni, esperti e realtà che hanno condiviso questo percorso, raccontando il valore del fare rete di fronte alle sfide del presente. Sul palco gli interventi di Enrico Galiano e Gino Cecchettin, tra riflessioni sull'educazione affettiva e la necessità di costruire una cultura della parità. Spazio anche alla campagna "Diritto a stare bene", dedicata al benessere psicologico e alla promozione della psicologia pubblica territoriale. Vuoi restare informato? Iscriviti a e-news , la newsletter di Adnkronos inviata ogni giorno, dal lunedì al venerdì, con le più importanti notizie della giornata.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Ansa.it

Coop e Cooperazione

'Close the gap' per l'educazione affettiva nelle scuole


Ansa.it

'Close the gap' per l'educazione affettiva nelle scuole

06/12/2026 16:33

Da Cecchettin a Differenza Donna, 'il ddl Valditara toglie un principio di civiltà' Colmare la differenza di genere attraverso spettacoli e momenti di dialogo, ma anche prendendo una posizione netta a favore dell'educazione affettiva nelle scuole. Sono questi i principi di "Close the Gap", la campagna di inclusione portata avanti da Coop, arrivata oggi a Roma per la prima volta in una piazza. In una galleria Alberto Sordi adibita ad aula scolastica, si sono alternati gli interventi delle varie associazioni che aderiscono alla campagna, dalla Fondazione Cecchettin, ad Amnesty International, dall'Arcigay a Differenza Donna. L'evento, patrocinato dal Comune di Roma, è stato aperto dalla lezione-show dello scrittore Enrico Galiano sull'educazione di genere e sulle implicazioni patriarcali che si nascondono nella lingua italiana, davanti a una platea di ascoltatori seduti su dei banchi di scuola. Una scenografia che - nella settimana dell'approvazione del disegno di legge Valditara - serve a ribadire il sostegno delle associazioni all'educazione di genere nelle scuole, esplicitata anche a parole da Maura Latini, presidente di Coop Italia: la nuova legge pone limiti molti rilevanti, è il suo commento, perché garantisce la formazione solo a quei ragazzi che ottengono il consenso dei genitori, che spesso invece sono i ragazzi che ne hanno più necessità". Il tema viene toccato anche da Gino Cecchettin: "Bisogna partire dall'educazione, soprattutto nella scuola primaria, solo così formeremo delle generazioni che non vedano nell'altro una persona con meno diritti". Da qui l'invito a "combattere la pseudoscienza di teorie che non esistono " perché "i dati delle nazioni che hanno introdotto l'educazione alla sessuoaffettività ci dicono che lì sono diminuiti i femminicidi e le violenze". Ancor più netta l'opinione di Elisa Ercoli, presidente di Differenza Donna: "La legge

Da Cecchettin a Differenza Donna, 'il ddl Valditara toglie un principio di civiltà' Colmare la differenza di genere attraverso spettacoli e momenti di dialogo, ma anche prendendo una posizione netta a favore dell'educazione affettiva nelle scuole. Sono questi i principi di Close the Gap, la campagna di inclusione portata avanti da Coop, arrivata oggi a Roma per la prima volta in una piazza. In una galleria Alberto Sordi adibita ad aula scolastica, si sono alternati gli interventi delle varie associazioni che aderiscono alla campagna, dalla Fondazione Cecchettin, ad Amnesty International, dall'Arcigay a Differenza Donna. L'evento, patrocinato dal Comune di Roma, è stato aperto dalla lezione-show dello scrittore Enrico Galiano sull'educazione di genere e sulle implicazioni patriarcali che si nascondono nella lingua italiana, davanti a una platea di ascoltatori seduti su dei banchi di scuola. Una scenografia che - nella settimana dell'approvazione del disegno di legge Valditara - serve a ribadire il sostegno delle associazioni all'educazione di genere nelle scuole, esplicitata anche a parole da Maura Latini, presidente di Coop Italia: la nuova legge pone limiti molti rilevanti, è il suo commento, perché garantisce la formazione solo a quei ragazzi che ottengono il consenso dei genitori, che spesso invece sono i ragazzi che ne hanno più necessità. Il tema viene toccato anche da Gino Cecchettin: Bisogna partire dall'educazione, soprattutto nella scuola primaria, solo così formeremo delle generazioni che non vedano nell'altro una persona con meno diritti. Da qui l'invito a combattere la pseudoscienza di teorie che non esistono perché i dati delle nazioni che hanno introdotto l'educazione alla sessuoaffettività ci dicono che lì sono diminuiti i femminicidi e le violenze. Ancor più netta l'opinione di Elisa Ercoli, presidente di Differenza Donna: La legge Valditara sta cercando di impedire un principio di civiltà, cioè che bisogna accompagnare e ascoltare i nostri ragazzi e le nostre ragazze. Per fortuna - spiega Ercoli - le nuove generazioni si stanno ribellando a quest'idea. Occorre ricordare che la prevenzione alla violenza è possibile, basta non vietarla. Prevenire la violenza è anche lo scopo della legge di iniziativa popolare per un servizio psicologico pubblico e gratuito già depositata in Senato ricordata oggi da Francesco Maesano, giornalista Rai e promotore del Comitato Diritto a Stare Bene, con cui Coop ha collaborato per la raccolta firme. Non servono nuovi sportelli esterni ai contesti di vita - ha commentato Maesano - non nelle scuole ma nelle classi, non genericamente nei luoghi di lavoro ma negli uffici, dove le persone vivono la loro vita in comune: è il miglior investimento in prevenzione che si può fare. A simboleggiare l'iniziativa, in galleria Alberto Sordi è stato posizionato un vecchio telefono a corda con cui ospiti e volontari hanno dialogato rispondendo alle domande scritte da una psicoterapeuta. Un primo passo - secondo Maesano - per permettere alle persone di aprirsi e raccontare qualcosa di loro.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Helpconsumatori

Coop e Cooperazione

Coop porta Close the Gap a Roma: una piazza per la cultura del rispetto


Helpconsumatori

Coop porta "Close the Gap" a Roma: una piazza per la cultura del rispetto

06/12/2026 15:51

Parità di genere, educazione alle relazioni e contrasto agli stereotipi:oggi la campagna "Close the Gap" approda nella Galleria Alberto Sordi di Roma Una piazza aperta per parlare di rispetto, inclusione e parità di genere. Per la prima volta la campagna "Close the Gap" di Coop approda in un luogo pubblico della Capitale e sceglie la Galleria Alberto Sordi, nel cuore di Roma, per ospitare una giornata di riflessione dedicata all'educazione alle relazioni e alla prevenzione delle discriminazioni. L'iniziativa, intitolata " Una piazza per parlare di educazione alle relazioni ", ha riunito istituzioni, associazioni, accademici e rappresentanti del terzo settore che negli ultimi cinque anni hanno accompagnato il percorso di Coop sui temi dell'uguaglianza e dell'inclusione. Ad aprire l'evento è stato lo scrittore e insegnante Enrico Galiano, protagonista di una lezione-spettacolo dedicata ai rapporti umani e agli stereotipi che, spesso in modo invisibile, continuano a influenzare la vita quotidiana e le relazioni tra le persone. L'obiettivo della giornata è stato quello di riportare al centro del dibattito pubblico il tema dell' educazione sentimentale e relazionale , considerata da molti dei partecipanti uno strumento fondamentale per prevenire fenomeni di violenza, discriminazione ed esclusione sociale. Una rete di alleanze per promuovere il cambiamento A sottolineare il valore dell'iniziativa è stata l'assessora alle Attività Produttive, Pari Opportunità e Attrazione degli Investimenti di Roma Capitale, Monica Lucarelli, che ha evidenziato l'importanza di costruire una risposta collettiva alle disuguaglianze. «Portare Close the Gap nel cuore di Roma, in uno spazio aperto e attraversato ogni giorno da migliaia di persone, significa affermare che il tema delle relazioni, del rispetto e della parità riguarda tutta la società », ha dichiarato. «La violenza e le discriminazioni non nascono all'improvviso: affondano le radici in stereotipi e modelli culturali che dobbiamo avere il coraggio di mettere in discussione». Un messaggio condiviso dai numerosi ospiti intervenuti nel corso della mattinata: da Elisabetta Camussi dell'Università Milano Bicocca a Gino Cecchettin della Fondazione Giulia Cecchettin, passando per Amnesty International Italia, Arcigay, Differenza Donna, Fondazione Una Nessuna Centomila, Casa Internazionale delle Donne e molte altre realtà impegnate nella promozione dei diritti. Il percorso di Coop e l'appello alle scuole Al centro dell'incontro anche il bilancio dei cinque anni della campagna Close the Gap, nata per contrastare le disuguaglianze di genere e promuovere una maggiore partecipazione femminile nella società e nel lavoro. «Ci piace pensare a questa mattina come a un momento collettivo di condivisione di un percorso che per Coop parte da lontano», ha affermato la presidente di Coop Italia, Maura Latini, ricordando il lavoro svolto insieme a decine di organizzazioni e associazioni. Latini ha richiamato l'impegno delle cooperative a sostegno dei centri che accolgono donne vittime di violenza

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e dei percorsi di reinserimento lavorativo promossi negli anni, spiegando come negli ultimi tempi l'attenzione si sia progressivamente spostata sulle cause profonde delle discriminazioni. «Da due anni abbiamo voluto spostare l'accento su ciò che c'è prima di qualsiasi atto di violenza », ha spiegato. «Torniamo con forza ad affermare la necessità non più rinviabile di una educazione alle relazioni che sia obbligatoria nelle scuole dove si formano le giovani generazioni». Secondo Coop, infatti, la prevenzione passa innanzitutto dalla formazione e dalla capacità di insegnare ai più giovani il valore del rispetto reciproco, della gestione delle emozioni e delle differenze. Salute mentale e relazioni: il contributo di Diritto a Stare Bene Tra le realtà protagoniste della giornata anche la campagna Diritto a Stare Bene, promossa dall'associazione Pubblica, che nelle scorse settimane ha depositato in Senato una proposta di legge di iniziativa popolare per rafforzare i servizi psicologici pubblici. In occasione dell'evento è stato presentato Pubblica la tua storia, un progetto che invita cittadini e partecipanti a raccontare esperienze di benessere e disagio attraverso un questionario elaborato dalla psicoterapeuta Daniela De Bernardinis. L'iniziativa costituirà il primo tassello di un percorso itinerante destinato a coinvolgere diverse città italiane e alcuni punti vendita Coop. Per Francesco Maesano, coordinatore nazionale della campagna, il tema delle relazioni è strettamente legato alla necessità di rafforzare il supporto psicologico nei territori. «Per realizzare una vera educazione alle relazioni non basta invocare un cambiamento culturale. Serve l'istituzione di una rete pubblica di servizi psicologici territoriali con psicologi gratuiti in scuole, ospedali, luoghi di lavoro, servizi sociali, case di comunità, centri sportivi e carceri», ha dichiarato. Maesano ha inoltre sottolineato la necessità di una presenza stabile degli psicologi nei percorsi educativi. «Serve un presidio fisso dello psicologo nelle classi: solo così saremo in grado di prevenire dinamiche di violenza e prevaricazione, sessismo, bullismo e abbandono scolastico». Un percorso che continua L'appuntamento romano rappresenta soltanto una tappa di un programma più ampio. Il prossimo incontro è previsto il 26 giugno a Perugia, nell'ambito del festival L'Umbria che Spacca, dove Enrico Galiano tornerà a confrontarsi con il pubblico sui temi dell'inclusione e dell'educazione alle relazioni. Proseguiranno inoltre le collaborazioni con la Fondazione Giulia Cecchettin per la formazione del personale Coop, le iniziative legate al Pride Month insieme ad Arcigay e le campagne di sensibilizzazione contro la violenza sulle donne che accompagneranno l'autunno. Dalla parità di genere alla salute mentale, dalla prevenzione della violenza all'educazione sentimentale, il messaggio emerso dalla giornata romana è stato chiaro: costruire relazioni sane e rispettose non è soltanto una questione individuale, ma una responsabilità collettiva che coinvolge istituzioni, scuola, imprese e società civile.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

larepubblica.it

Coop e Cooperazione

"Close the gap", Coop sull'inclusione di genere: da Cecchettin a Galiano, l'appello per la scuola


larepubblica.it

"Close the gap", Coop sull'inclusione di genere: da Cecchettin a Galiano, l'appello per la scuola

06/12/2026 17:06 di Valentina Lupia

Nella cornice della Galleria Alberto Sordi, dove diverse realtà hanno portato il proprio punto di vista sull'importanza all'educazione e alle relazioni delle giovani generazioni. Diverse le critiche alla legge Valditara sul consenso informato Mentre non si spegne la polemica riguardo alla legge sul consenso informato, un'iniziativa di Coop sull'inclusione di genere ha ridato speranza a tutti coloro che sperano che l'educazione alle relazioni e contro la violenza sia un tema sempre più trattato nelle scuole e nei luoghi di aggregazione. In mattinata, infatti, la Galleria Alberto Sordi è diventata una grande piazza pubblica per la tappa romana della campagna "Close the gap". A fermarsi sono stati in tanti, incuriositi dalle voci di tutti gli attori che negli ultimi cinque anni hanno incrociato in vario modo il percorso di Coop sull'uguaglianza di genere. Ad aprire la mattinata è stato Enrico Galiano che, armato di gessetti colorati e lavagna, ha invitato il pubblico a riflettere sugli stereotipi di genere presenti anche nel linguaggio. Ha mostrato che parole come "soldata" e "medica", pur essendo corrette in italiano, possano ancora suonare insolite a molte persone, mentre termini come "infermiera" e "maestra" vengono percepiti come del tutto naturali. Una differenza che riflette l'associazione tradizionale di alcuni ruoli professionali alla cura e quindi, storicamente, alle donne. Poi ha affrontato la frequente obiezione "non tutti gli uomini sono così", utilizzando una metafora legata alla muffa e alle spore fungine. Galiano ha sottolineato che è certamente vero che non tutti gli uomini adottano comportamenti sessisti o violenti; tuttavia, come la muffa può proliferare solo in un ambiente che ne favorisce la crescita, anche determinati atteggiamenti trovano spazio in un contesto culturale che li tollera, li minimizza o non li contrasta abbastanza. "Se l'aria è pulita, la muffa non c'è", ha spiegato: il punto non è accusare ogni singolo uomo, ma interrogarsi sulle condizioni che permettono a certi comportamenti di svilupparsi e continuare a esistere. A seguire, è stato proiettato il video-messaggio di Linda Laura Sabbadini , statista e studiosa di cambiamenti sociali che ha parlato del mercato del lavoro, lanciando un appello al governo. "Purtroppo l'Italia non è ancora arrivata a una situazione di piena equità: siamo ultimi in Europa per il tasso di occupazione femminile e quasi la metà delle donne non lavora". E quelle che un impiego ce l'hanno, hanno spesso un contratto part-time e "una differenza salariale più cospicua". Poi l'appello. "Un Paese che sia effettivamente democratico non può accettare di non valorizzare il capitale umano femminile". Oggi le "donne non stanno nei luoghi decisionali quanto dovrebbero e meriterebbero e non sono tutelate nella prevenzione della violenza domestica". E quindi "è ora di dare una grande svolta, di andare avanti: le donne hanno combattuto fino ad oggi, combatteranno con ancora più forza, ma la politica le deve sostenere". Il dibattito è andato avanti e a dare spunti

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sono stati portavoce di diverse realtà che si battono ogni giorno contro la violenza di genere. Elisabetta Camussi , docente dell'università Milano-Bicocca e componente del comitato scientifico della ricerca "La scuola degli affetti", ha richiamato l'attenzione sulla necessità di introdurre percorsi strutturati di educazione alle relazioni nelle scuole, affinché ragazze e ragazzi possano sviluppare strumenti per riconoscere stereotipi, discriminazioni e dinamiche di sopraffazione. Jonathan Silvestro , della comunità di Scomodo (la cui direttrice editoriale, Cecilia Pellizzari , ha moderato la discussione), ha raccontato l'impegno dell'associazione nel coinvolgere ragazze e ragazzi sui temi dell'inclusione e della partecipazione attiva, sottolineando come il cambiamento culturale passi anche dalla capacità di creare spazi di confronto e ascolto: "All'interno di Spin Time Labs, dove Scomodo ha sede, la dispersione scolastica è dello 0%". Un esempio virtuoso in una città dove in alcuni quartieri la percentuale è ben più alta. Celeste Costantino , vicepresidente della Fondazione Una Nessuna Centomila, ha ribadito l'importanza della formazione nelle scuole e nelle università come strumento di prevenzione della violenza di genere, mentre Elisa Ercoli , presidente di Differenza Donna, ha ricordato il lavoro svolto dai centri antiviolenza e l'importanza di diffondere la conoscenza del numero nazionale 1522, primo punto di contatto per molte donne che cercano aiuto. Sul tema dell'autonomia economica femminile si è soffermata Laura Cavatorta , vicepresidente di Fuori Quota, evidenziando come la parità non possa prescindere dall'indipendenza economica e dall'accesso delle donne alle opportunità professionali e finanziarie. Barbara Leda Kenny , della Casa Internazionale delle Donne, ha invece portato l'esperienza di una realtà che da decenni accompagna le donne nei diversi momenti della loro vita, offrendo servizi, supporto e occasioni di confronto sui diritti. Un passaggio significativo è stato dedicato anche alla salute mentale. Francesco Maesano , promotore del Comitato Diritto a Stare Bene, ha ricordato la raccolta firme promossa insieme a Coop per una proposta di legge volta a garantire un servizio psicologico pubblico e gratuito, sottolineando come il benessere psicologico rappresenti un elemento fondamentale nella costruzione di relazioni sane. Ileana Bello e Tina Marinari di Amnesty International Italia hanno richiamato l'attenzione sul legame tra diritti umani e uguaglianza di genere, ricordando le campagne a sostegno delle donne iraniane e l'impegno dell'organizzazione nelle scuole e nei percorsi educativi. Gabriele Piazzoni , vicepresidente di Arcigay, ha invece evidenziato la necessità di contrastare ogni forma di discriminazione legata all'orientamento sessuale e all'identità di genere, promuovendo una cultura dell'inclusione che coinvolga tutta la società. A chiudere il confronto sul palco sono arrivati anche i temi dello sport e della rappresentazione femminile. Luisa Rizzitelli , presidente di Assist - Associazione Nazionale Atlete, ha ricordato le battaglie per il riconoscimento dei diritti delle sportive e per una maggiore visibilità dello sport femminile, ancora oggi penalizzato da disparità economiche e mediatiche. Era presente anche Monica Lucarelli , assessora capitolina alle Pari opportunità, che ha portato un esempio personale per parlare degli stereotipi: "L'altra sera mia figlia aveva dei pantaloni corti e una canottiera. Le ho chiesto dove andasse vestita così, perché in me si è accesa la paura che qualcuno potesse farle qualcosa. Poi mi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sono morsa la lingua". Da qui la convinzione che sia "fondamentale costruire alleanze tra istituzioni, imprese, scuole, associazioni e cittadinanza". A chiudere la giornata è stato Gino Cecchettin della Fondazione Giulia Cecchettin , nata in memoria di sua figlia Giulia, la 22enne uccisa dall'ex fidanzato Filippo Turetta nel 2023. "Per colmare il gap bisogna partire soprattutto dalla scuola primaria" e "combattere la pseudoscienza di teorie che non esistono", perché "nelle nazioni in cui è stata introdotta l'educazione alla sessuo-affettività sono diminuiti femminicidi e violenze". Parole che alludono al disegno di legge del ministro dell'Istruzione e del Merito Giuseppe Valditara approvato di recente e che, per la presidente di Coop Italia, Maura Latini, ha introdotto, con l'obbligo del consenso dei genitori, "limiti rilevanti" soprattutto "per i ragazzi che ne hanno più necessità". E ancora. "Da due anni abbiamo voluto spostare l'accento su ciò che c'è prima di qualsiasi atto di violenza, sia anche verbale e non fisica, psicologica ma ugualmente dannosa e affermiamo con forza la necessità non più rinviabile di una educazione alle relazioni che sia obbligatoria nelle scuole dove si formano le giovani generazioni". Tutto ciò, ha ribadito, "malgrado la legge appena varata da Valditara e dal governo vada in ben altra direzione". Quello di Roma è solo uno dei diversi appuntamenti che Coop sta organizzando in tutta Italia. Il prossimo, sempre con Galiano, sarà il 26 giugno a Perugia nell'ambito del festival "Umbria che spacca".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere del Trentino

Coop e Cooperazione

Dalpalù presidente, vittoria netta «Ora serve maggiore ambizione»

I soci lo hanno scelto con 440 voti, 233 invece quelli per Simoni «Lascio una Federazione forte, sana e strutturata»

Matteo Sannicolò


Economia e territorio

COOPERAZIONE

Dalpalù presidente, vittoria netta «Ora serve maggiore ambizione»

Terzo settore, una spallata alle vecchie idee

Trento Se alla vigilia qualcuno avesse pronosticato un divario così ampio probabilmente in pochi ci avrebbero creduto.

All'interno del mondo cooperativo in molti immaginavano un serrato testa a testa. Una sfida tirata, in bilico fino all'ultimo voto. Uno scenario che filtrava anche a poche ore dal verdetto, ma alla fine le aspettative sono state completamente ribaltate.

Con un risultato piuttosto schiacciante, Renato Dalpalù è il nuovo presidente della Federazione trentina della cooperazione. Sconfitto l'uscente Roberto Simoni: 440 voti contro 233 (12 le schede lasciate in bianco). I soci hanno scelto la linea della discontinuità, dando fiducia all'attuale presidente del Consorzio Sait.

Una discontinuità nel nome più che nella sostanza, considerando la storia e la carriera dei due candidati. Entrambi commercialisti, entrambi classe 1961, con alle spalle anni di esperienza nel settore cooperativo. E questo Dalpalù lo aveva sottolineato già nelle scorse settimane: «La mia non vuole essere una rivoluzione, ma rispetto al passato vogliamo accelerare su alcuni temi».

E ora, a giochi fatti, avrà l'opportunità di mettere a terra il suo progetto. Per valorizzare un comparto che, va ricordato, nel 2025 ha saputo generare un fatturato pari a 4,6 miliardi di euro. «Non mi aspettavo assolutamente una vittoria così netta», dichiara sorpreso Dalpalù al termine dell'assemblea elettiva. Alla quale hanno partecipato 300 cooperative rispetto alle 411 che avevano diritto di voto.

«Pensavo che ce la saremmo giocata su qualche decina di voti - commenta il vincitore - ma forse sono riuscito a trasmettere ai soci la mia grande convinzione». Potrebbe essere stata proprio «l'ambizione» di Dalpalù a fare la differenza nell'esito della partita: «Probabilmente hanno individuato in me la volontà che la Cooperazione torni a ricoprire un ruolo più attivo.

Non possiamo più limitarci ai protocolli e credo che dobbiamo avere l'ambizione di esercitare una certa leadership».

Secondo il nuovo presidente, Federcoop deve «avere l'ambizione di dire la propria anche sulle grandi partite del territorio». «Si dice che la Cooperazione sia il secondo pilastro del Trentino. E questo lo dobbiamo dimostrare».

Dalpalù osserva nello specifico i «grandi player» attivi in provincia: in particolare Dolomiti Energia e Cassa Centrale Banca (CCB).

In entrambi i casi il desiderio è quello di assecondarli verso «una crescita sempre più importante».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere del Trentino

Coop e Cooperazione

«Non deve essere solo l'ambizione delle singole aziende, ma quella dell'intero territorio», riprende il nuovo numero uno di via Segantini. Che spinge soprattutto per ridisegnare le interlocuzioni con CCB: «Non può essere un cordiale rapporto.

La Cooperazione può avere un ruolo di stimolo e di ponte rispetto ad alcune divisioni interne, ma dobbiamo sentire che CCB è nostra. Non possiamo avere un ruolo autoritario ma dobbiamo esprimere la nostra autorevolezza».

Nelle prossime settimane (probabilmente all'inizio del mese di luglio) è prevista la prima riunione ufficiale del nuovo Cda. Solo allora verrà stilata l'agenda delle priorità.

Tra queste c'è «l'esigenza di riportare al centro i territori, avvicinando la Cooperazione alle periferie». Dopodiché si parlerà anche di immigrazione e di emergenza demografica. Due questioni strettamente collegate tra loro. «I migranti sono innanzitutto persone e dobbiamo partire da questo presupposto - evidenzia Dalpalù -. Persone che hanno abitudini e tradizioni diverse dalle nostre.

Proprio per questo serve un processo di integrazione: non è semplice, ma credo che il settore del sociale abbia tutti gli elementi per aiutarci in questo percorso».

Dall'altra parte è palpabile la delusione del presidente uscente, che riconosce soprattutto i meriti dello sfidante: «È stata una vittoria netta, c'è poco da dire» afferma Simoni rivendicando però quanto fatto negli ultimi sei anni, con due mandati alla guida della Cooperazione trentina: «Sono convinto che consegno una Federazione forte, sana, strutturata e solida. Sono innamorato della Cooperazione e mi auguro che questa nuova legislatura sia positiva, virtuosa e porti tanti risultati». A pesare nella scelta dei soci, secondo Simoni, è stato il peso del settore del consumo (dal quale proviene Dalpalù, che ricopre anche il ruolo di presidente del Sait). Il consumo era infatti il comparto con la maggiore influenza in sede di votazione (26%), seguito dall'agricoltura (24%), dalla produzione lavoro e servizi (20%), dal sociale (17%) e dal credito (8%). «Il credito rispetto al passato pesava molto meno - conclude Simoni -, ma credo che in una fase di incertezza gran merito vada dato a Dalpalù, che è riuscito a interc

ettare molte cooperative spostando a suo favore tanti voti. Questa è la democrazia»

. L'assemblea ha votato anche i membri del Cda. Diciannove nomi, divisi per settore.

Nel credito eletti Marco Misconel, Silvio Mucchi, Maurizio Maffei e Giorgio Vergot. Nel settore del lavoro e servizi eletti Tiziano Colotti, Camilla Santagiuliana Busellato e Matteo Zanella. Nel settore sociale e dell'abitazione nominati Sandra Dodi, Francesca Gennai e Italo Monfredini. Nel comparto agricolo Stefano Albasini, Lorenzo Libera Luca Rigotti, Michele Roncador ed Ernesto Seppi. E, infine, nel settore del Consumo eletti Giorgio Corradi, Paola Dal Sasso, Chiara De Vescovi e Clara Mazzucchi.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il T

Coop e Cooperazione

Cooperazione, risultato netto Dalpalù presidente col 65% dei voti

Ottiene 440 suffragi contro i 233 di Simoni in un'assemblea molto partecipata

FRANCESCO TERRERI


Primo piano

Cooperazione, risultato netto Dalpalù presidente col 65% dei voti

Ottiene 440 suffragi contro i 233 di Simoni in un'assemblea molto partecipata

Simoni: «Rifarei tutto, ma questa è la democrazia»

Sembrava a tanti, agli stessi candidati, che la partita si sarebbe decisa per pochi voti. Invece Renato Dalpalù è stato eletto presidente della Federazione Trentina della Cooperazione con 440 voti contro i 233 ottenuti dal presidente uscente Roberto Simoni, mentre 12 sono state le schede bianche. Dalpalù ha quindi ottenuto il 65%, due terzi dei suffragi espressi da un'assemblea molto partecipata con 300 cooperative presenti ieri pomeriggio alla Sala della Cooperazione o rappresentate con delega sulle 411 che avevano diritto di voto. In tutto i voti espressi sono stati 685 sui 793 totali, in quanto le coop possono avere da 1 a 5 voti in base al numero di soci e alla partecipazione al capitale sociale della Federazione.

Che il presidente del Sait - che resterà in carica nel consorzio fino a fine anno per accompagnare la scelta del successore - avesse trovato la chiave per convincere una netta maggioranza dei soci lo si è visto anche dal dibattito sulla presidenza: solo cinque interventi, tutti favorevoli a Dalpalù, tutti «garbati», come li definisce Italo Monfredini che è uno degli intervenuti, tranne quello di Marina Castaldo che è stata particolarmente dura verso Simoni.

La chiave forse, dice lo stesso Dalpalù, è stato l'appello ad un ruolo più rilevante della Cooperazione, dal credito all'energia: «Dobbiamo svolgere un ruolo più ampio della singola cooperativa. È come la Sagrada Familia: uno costruisce un muro oppure costruisce una cattedrale». La sottolineatura di Simoni sui valori cooperativi, il lavoro sul territorio, la necessità del ricambio generazionale, non ha ottenuto il risultato sperato.

«Accolgo questa elezione con grande senso di responsabilità - dice Dalpalù dopo la votazione - La cooperazione trentina deve tornare a incontrarsi sui territori e rafforzare l'intercooperazione, perché il nostro valore nasce dall'essere un sistema in cui cooperative, consorzi e Federazione sono più forti della semplice somma delle singole realtà.

Davanti alle sfide demografiche, al ricambio generazionale, al coinvolgimento delle donne e all'integrazione dei migranti, dobbiamo avere l'ambizione di costruire risposte condivise e di rendere ogni cooperatore partecipe di un grande progetto comune.

Metterò a disposizione esperienza, ascolto e spirito di squadra per valorizzare l'unicità del modello cooperativo trentino e accompagnarlo nel futuro».

«Consegno al movimento cooperativo una Federazione forte, sana, strutturata e solida - dice dal canto suo Simoni - molto diversa da.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nuova Ferrara

Coop e Cooperazione

Castello Green House prime autorizzazioni di autoconsumo collettivo

Condivisa, meno cara, più pulita L'energia smart si sta avvicinando


FERRARA

A Castello Green House prime autorizzazioni di autoconsumo collettivo

Condivisa, meno cara, più pulita
L'energia smart si sta avvicinando

«Il nostro piano per rilanciare Versalis»

Stop al cracking a Brindisi. Eni replica: la chimica deve rinnovare competitività

Ferrara Dopo anni di attese, rinvii e ostacoli burocratici, arriva il via libera che segna una svolta concreta per l'energia condivisa sul territorio ferrarese. Castello Green House, la Comunità energetica rinnovabile (Cer) fondata su iniziativa della cooperativa di abitanti Castello, ha ottenuto l'autorizzazione alle prime configurazioni di autoconsumo collettivo: un passaggio chiave che apre ufficialmente la fase di sviluppo del progetto.

Il via libera riguarda le cosiddette Cacer Nord e Cacer Sud.

La prima, collegata alla cabina primaria a nord della città, è un fotovoltaico da 64,4 kilowatt picco installato tra via Allende e via Panetti. A questo si aggiungeranno a breve altri impianti già attivi, per una potenza totale di circa 96 kWp, coinvolgendo già 45 soci consumatori residenti nell'area.

La Cacer Sud riguarda gli impianti da 72 kW di potenza installati sul condominio di Ippolito Nievo. È il primo tassello operativo di un modello energetico che punta a produrre, condividere e consumare energia pulita a livello locale.

Un percorso iniziato nell'ottobre 2022, nel pieno della crisi energetica, e oggi pronto a tradursi in benefici concreti per cittadini e imprese. Castello è prima comunità energetica in forma cooperativa costituita all'interno di Legacoop Estense, come ha ricordato la direttrice Chiara Bertelli.

«La nostra cooperativa oggi comincia a lavorare passando dalla fase di start-up alla fase di sviluppo - dice il presidente della Cer Castello Green House, Massimo Buriani - Gestiamo impianti della cooperativa Castello e presto svilupperemo anche investimenti diretti e coinvolgeremo soci produttori, distribuendo incentivi anche ai consumatori».

Il modello della Cer è quello della produzione e del consumo nello stesso territorio, attorno una cabina primaria.

«La produzione che viene realizzata e immessa in rete dopo l'autoconsumo può essere messa a disposizione virtualmente dei soci consumatori - chiarisce Buriani -. È così che si crea una comunità locale dell'energia».

Un sistema che parte dalla base sociale della cooperativa Castello - che conta oltre mille soci nella provincia - ma che si sta già allargando a imprese e mondo agricolo. «Stiamo proponendo l'adesione a piccole e medie imprese ferraresi: alcune hanno già aderito, altre partecipano ai bandi Pnrr tra Comacchio e Portogaribaldi e nel settore agricolo», spiega il presidente. I numeri danno la misura dell'impatto: gli impianti già installati nell'estate 2025 hanno prodotto oltre 154 megawatt-ora di energia. Di questa, il 47% è stata autoconsumata dai condomini, il restante 53% è stato immesso in rete, generando ricavi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e benefici economici. Tradotto: circa 9 mila euro di entrate per la cooperativa e quasi 9.500 euro di risparmio sulle spese condominiali per i soci coinvolti.

Un modello che si basa su incentivi statali ventennali e su un sistema di redistribuzione: metà dei benefici economici va ai consumatori, il 30% ai produttori e il restante 20% sostiene la gestione della Cer.

Quelle autorizzate sono solo le prime di una serie di configurazioni. «Il primo riconoscimento è arrivato a metà aprile dal Gse sulla cabina nord di Ferrara, dove abbiamo già oltre 50 soci e alcune imprese aderenti - spiega Buriani -. Arriveremo a una dozzina di configurazioni in tutta la provincia». Il piano industriale prevede entro il 2027 l'attivazione di 12 configurazioni per una potenza di circa 1,5 megawatt e fino a 230 soci coinvolti. .

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Coop e Cooperazione

Nova Coop riconosce 4 milioni di euro di premi ai dipendenti


Distribuzione Moderna

Nova Coop riconosce 4 milioni di euro di premi ai dipendenti

06/12/2026 12:33

Con la retribuzione del mese di maggio Nova Coop ha erogato ai propri dipendenti in busta paga premi di risultato per un valore complessivo di circa 4 milioni di euro. L'importo comprende 2,2 milioni di euro di salario collettivo variabile , maturato in relazione ai risultati economici conseguiti dalla Cooperativa nel corso dell'esercizio 2025, e i bonus individuali collegati al raggiungimento di specifici obiettivi professionali. 4.500 lavoratori coinvolti Il riconoscimento ha interessato gli oltre 4.500 lavoratrici e lavoratori della Cooperativa e rappresenta uno degli strumenti attraverso i quali Nova Coop condivide con le proprie persone il valore generato dall'attività aziendale. Per un dipendente di IV livello full time il valore medio di salario collettivo variabile ammonta a 656 euro. L'importo viene riparametrato in base all'inquadramento individuale. Quest'anno il salario collettivo variabile è stato maturato sulla base del pieno raggiungimento degli indicatori previsti dagli accordi aziendali. Un risultato che testimonia la positiva performance della Cooperativa nel corso dell'ultimo esercizio e che si inserisce in un percorso di consolidamento economico e patrimoniale culminato con la chiusura del bilancio a 25,3 milioni di euro di utile , più che raddoppiato rispetto all'anno precedente. "Il risultato raggiunto nel 2025 conferma la solidità del percorso intrapreso dalla Cooperativa e la capacità di affrontare con efficacia un contesto economico che continua a essere caratterizzato da forte instabilità e cambiamenti continui – commenta il presidente di Nova Coop Ernesto Dalle Rive –. Condividere una parte del valore prodotto con le nostre lavoratrici e i nostri lavoratori significa riconoscere concretamente il contributo che ciascuno ha offerto al raggiungimento di questo traguardo. I risultati economici non sono mai il frutto di una sola decisione, ma il risultato dell'impegno quotidiano, della competenza e della responsabilità diffusa che caratterizzano la nostra organizzazione". "L'investimento erogato quest'anno supera complessivamente i 4 milioni di euro e rappresenta il riconoscimento di un

Con la retribuzione del mese di maggio Nova Coop ha erogato ai propri dipendenti in busta paga premi di risultato per un valore complessivo di circa 4 milioni di euro. L'importo comprende 2,2 milioni di euro di salario collettivo variabile , maturato in relazione ai risultati economici conseguiti dalla Cooperativa nel corso dell'esercizio 2025, e i bonus individuali collegati al raggiungimento di specifici obiettivi professionali. 4.500 lavoratori coinvolti Il riconoscimento ha interessato gli oltre 4.500 lavoratrici e lavoratori della Cooperativa e rappresenta uno degli strumenti attraverso i quali Nova Coop condivide con le proprie persone il valore generato dall'attività aziendale. Per un dipendente di IV livello full time il valore medio di salario collettivo variabile ammonta a 656 euro. L'importo viene riparametrato in base all'inquadramento individuale. Quest'anno il salario collettivo variabile è stato maturato sulla base del pieno raggiungimento degli indicatori previsti dagli accordi aziendali. Un risultato che testimonia la positiva performance della Cooperativa nel corso dell'ultimo esercizio e che si inserisce in un percorso di consolidamento economico e patrimoniale culminato con la chiusura del bilancio a 25,3 milioni di euro di utile , più che raddoppiato rispetto all'anno precedente. "Il risultato raggiunto nel 2025 conferma la solidità del percorso intrapreso dalla Cooperativa e la capacità di affrontare con efficacia un contesto economico che continua a essere caratterizzato da forte instabilità e cambiamenti continui - commenta il presidente di Nova Coop Ernesto Dalle Rive -. Condividere una parte del valore prodotto con le nostre lavoratrici e i nostri lavoratori significa riconoscere concretamente il contributo che ciascuno ha offerto al raggiungimento di questo traguardo. I risultati economici non sono mai il frutto di una sola decisione, ma il risultato dell'impegno quotidiano, della competenza e della responsabilità diffusa che caratterizzano la nostra organizzazione". "L'investimento erogato quest'anno supera complessivamente i 4 milioni di euro e rappresenta il riconoscimento di un contributo collettivo che ha consentito alla Cooperativa di conseguire risultati positivi e di proseguire nel proprio percorso di consolidamento. È un segnale concreto di attenzione verso le nostre persone e della volontà di condividere con loro i risultati ottenuti insieme", aggiunge Maura Sammartino direttrice risorse umane di Nova Coop.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Messaggero (ed. Viterbo)

Coop e Cooperazione

In tanti a cena per sostenere la Cittadella delle associazioni


Terni

Rottamazione, c'è la svolta: «Costo zero per il Comune»

Asfalto fai de te, Confartigianato: «Zero risultati»

In tanti a cena per sostenere la Cittadella delle associazioni

SOLIDARIETÀ In tanti hanno preso parte alla serata organizzata al centro sociale Gabelletta, dove la sezione soci di Terni di Unicoop Etruria ha organizzato con il Cesvol una cena per sostenere le tante attività gratuite della Cittadella delle associazioni di piazza della Pace. L'intero incasso della serata, mille e 740 euro, andrà a sostenere il contenitore di piazza della Pace, messo a disposizione delle associazioni da Ater Umbria grazie alla convenzione con il Cesvol Umbria e punto di riferimento fondamentale per il villaggio Italia e la città.

«Grazie alla sezione soci Terni, ai volontari del centro sociale Gabelletta che ci ha ospitato, ai lavoratori del negozio Coop di Fontana di Polo che hanno dato il loro supporto per la realizzazione di questa bella serata, a chi ha partecipato per sostenere le attività della Cittadella - ha detto Silvia Camillucci, coordinatrice del Cesvol. Un progetto attivo da anni e che, grazie alle associazioni che ogni giorno si alternano in piazza della Pace, è un servizio di supporto, di aiuto per la città, per costruire inclusione, socialità».

«Per la cooperativa e i soci è essenziale il rapporto col territorio, con le associazioni, con le persone - ha detto Mattia Contessa, vicepresidente del consiglio di sorveglianza di Unicoop Etruria. In passato abbiamo collaborato con la Cittadella, il Cesvol e Legambiente ripulendo l'area verde di piazza della Pace e ci saranno sicuramente altre iniziative in favore di questa realtà. Nei locali della Cittadella ogni giorno si alternano volontari di una ventina di associazioni che offrono gratuitamente una serie di attività: lo sportello informativo per i cittadini e di ascolto sociologico, l'infopoint sui temi ambientali, il sostegno alle persone con fragilità, l'accoglienza e il supporto a ragazzi in difficoltà, l'orientamento su questioni pratiche della quotidianità rivolto ai cittadini stranieri e disponibile anche in lingue diverse. E poi aiuto compiti, corsi di lingua italiana, attività ricreative per bambini e ragazzi, laboratori e attività fisica a scopo educativo». Preente anche un no sportello utile per aiutare le persone immigrate e non che si trovano in difficoltà nell'accesso ai servizi pubblici. Progetto, realizzato con il contributo della Regione Umbria previsto nell'ambito del sostegno ai cittadini stranieri. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Video: Conad Adriatico presenta il nuovo piano di sviluppo

Video: Conad Adriatico presenta il nuovo piano di sviluppo Con un fatturato che supera i 2,35 miliardi di euro e una strategia di crescita pragmatica, Conad Adriatico si conferma protagonista della distribuzione moderna. Ma nel piano di sviluppo presentato dall' ad Antonio Di Ferdinando presso Pugnochiuso in Puglia, il perimetro d'azione si amplia: la ristorazione , con l'insegna Sapori & Sorrisi , forte già di 30 punti di ristoro, non è più solo un servizio ancillare ai punti vendita, ma un asset strategico ad alta marginalità . Ora, la sfida si sposta verso lo sviluppo di format stand alone nelle aree urbane , puntando su un modello che fonde eccellenza locale e convenienza. Analizziamo con Di Ferdinando come la cooperativa intende scalare questo business e rafforzare il suo legame con il territorio. Musica, Bensound.


Distribuzione Moderna

Video: Conad Adriatico presenta il nuovo piano di sviluppo

06/12/2026 14:31

Video: Conad Adriatico presenta il nuovo piano di sviluppo Con un fatturato che supera i 2,35 miliardi di euro e una strategia di crescita pragmatica, Conad Adriatico si conferma protagonista della distribuzione moderna. Ma nel piano di sviluppo presentato dall' ad Antonio Di Ferdinando presso Pugnochiuso in Puglia, il perimetro d'azione si amplia: la ristorazione , con l'insegna Sapori & Sorrisi , forte già di 30 punti di ristoro, non è più solo un servizio ancillare ai punti vendita, ma un asset strategico ad alta marginalità . Ora, la sfida si sposta verso lo sviluppo di format stand alone nelle aree urbane , puntando su un modello che fonde eccellenza locale e convenienza. Analizziamo con Di Ferdinando come la cooperativa intende scalare questo business e rafforzare il suo legame con il territorio. Musica, Bensound.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Tuday Conad: apre a Lucca il format urbano dedicato alla spesa quotidiana


Distribuzione Moderna

Tuday Conad: apre a Lucca il format urbano dedicato alla spesa quotidiana

06/12/2026 17:01

Apre a Lucca , in via Borgo Giannotti 36, il nuovo Tuday Conad : un punto vendita di prossimità pensato per la spesa di tutti i giorni e per chi vive e lavora nell'area del centro storico. Attenzione a freschi e freschissimi L'assortimento è pensato per una spesa completa e quotidiana, con particolare attenzione ai freschi e freschissimi e alle eccellenze del territorio. L'offerta si articola tra ortofrutta con un'ampia presenza di referenze di produttori locali, pescheria e macelleria , a libero servizio e con una pratica gamma di prodotti pronti a cuocere, e una gastronomia con produzione interna di piatti pronti della tradizione toscana, oltre a pizze e focacce sfornate giornalmente, anche su ordinazione. Completano l'offerta la panetteria e la pasticceria con prodotti dei forni locali e della tradizione lucchese, come il buccellato, la torta coi becchi e le trecce artigianali, oltre alla cantina vini con particolare attenzione alle etichette del territorio, affiancate da una selezione di vini e champagne di prestigio. Spazio al localismo Grande spazio è riservato al locali smo con circa 100 referenze del territorio e a un'area dedicata alle eccellenze " I Nostri Ori ", con specialità della Lucchesia e della Garfagnana, formaggi, salumi e prodotti da forno espressione della tradizione locale. È inoltre presente uno spazio dedicato a prodotti healthy , con referenze biologiche , proteiche, senza glutine e vegan. "Siamo felici di aprire questo nuovo Tuday Conad a Lucca per offrire al quartiere un punto vendita di prossimità pensato per la spesa di tutti i giorni, capace di coniugare praticità, qualità, convenienza e attenzione al territorio, con una proposta che mette al centro prodotti locali e soluzioni smart, studiate per adattarsi ai ritmi di chi vive e lavora in città. Desidero ringraziare tutte le persone che hanno lavorato alla sua realizzazione, un impegno condiviso che oggi ci permette di accogliere i clienti con il sorriso e la professionalità che da sempre ci contraddistinguono", dichiara il presidente e Socio Conad Nord Ovest Roberto Toni.

Apre a Lucca , in via Borgo Giannotti 36, il nuovo Tuday Conad : un punto vendita di prossimità pensato per la spesa di tutti i giorni e per chi vive e lavora nell'area del centro storico. Attenzione a freschi e freschissimi L'assortimento è pensato per una spesa completa e quotidiana, con particolare attenzione ai freschi e freschissimi e alle eccellenze del territorio. L'offerta si articola tra ortofrutta con un'ampia presenza di referenze di produttori locali, pescheria e macelleria , a libero servizio e con una pratica gamma di prodotti pronti a cuocere, e una gastronomia con produzione interna di piatti pronti della tradizione toscana, oltre a pizze e focacce sfornate giornalmente, anche su ordinazione. Completano l'offerta la panetteria e la pasticceria con prodotti dei forni locali e della tradizione lucchese, come il buccellato, la torta coi becchi e le trecce artigianali, oltre alla cantina vini con particolare attenzione alle etichette del territorio, affiancate da una selezione di vini e champagne di prestigio. Spazio al localismo Grande spazio è riservato al locali smo con circa 100 referenze del territorio e a un'area dedicata alle eccellenze " I Nostri Ori ", con specialità della Lucchesia e della Garfagnana, formaggi, salumi e prodotti da forno espressione della tradizione locale. È inoltre presente uno spazio dedicato a prodotti healthy , con referenze biologiche , proteiche, senza glutine e vegan. "Siamo felici di aprire questo nuovo Tuday Conad a Lucca per offrire al quartiere un punto vendita di prossimità pensato per la spesa di tutti i giorni, capace di coniugare praticità, qualità, convenienza e attenzione al territorio, con una proposta che mette al centro prodotti locali e soluzioni smart, studiate per adattarsi ai ritmi di chi vive e lavora in città. Desidero ringraziare tutte le persone che hanno lavorato alla sua realizzazione, un impegno condiviso che oggi ci permette di accogliere i clienti con il sorriso e la professionalità che da sempre ci contraddistinguono", dichiara il presidente e Socio Conad Nord Ovest Roberto Toni. Il Tuday Conad di Lucca, che si sviluppa su una superficie di 300 mq , nasce da un importante intervento di riqualificazione di un edificio dismesso, tornato oggi a nuova funzione al servizio del quartiere, in un'area vicina al centro storico. Il progetto ha incluso anche interventi per l'efficienza energetica, con illuminazione interamente a Led e un impianto frigorifero a CO con banchi chiusi, che consente un maggiore contenimento dei consumi. Servizi per la clientela Il punto vendita può contare su un team di 18 addetti, tutti di nuova assunzione e dispone di cinque casse , di cui una servita e quattro self checkout , pensate per rendere la spesa più veloce e pratica. Tra i servizi disponibili figurano la spesa online con consegna a domicilio , gestita sia direttamente dal negozio che tramite piattaforme come Deliveroo o in modalità " ordina e ritira" , oltre al pagamento di bollettini, ricariche telefoniche e all'accettazione dei

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

buoni pasto. Collaborazione con Banco Alimentare Sarà attivata nelle prossime settimane una collaborazione con Banco Alimentare e associazioni del territorio , grazie alla quale il punto vendita donerà i prodotti eccedenti ancora buoni per essere consumati, contribuendo a ridurre gli sprechi e a sostenere chi ne ha più bisogno.

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Lidl arriva a Brusciano (Na) e raggiunge 39 store in Campania


Distribuzione Moderna

Lidl arriva a Brusciano (Na) e raggiunge 39 store in Campania

06/12/2026 17:31

Lidl inaugura a Brusciano il 12esimo store della provincia di Napoli e il 39esimo di tutta la Campania, confermando il sud della Penisola come obiettivo strategico per l'azienda. Il supermercato si trova in via Pimentel Fonseca, all'angolo con via Padula, ed è aperto dal lunedì al sabato dalle 8.00 alle 21.30 e la domenica dalle 8.30 alle 21.30. Un punto vendita sostenibile Il nuovo store, con un'area vendita che supera i 1.400 mq, è stato costruito seguendo i più recenti standard di sostenibilità , dando vita a un edificio ad alta efficienza energetica, certificato in classe A4. Il supermercato è alimentato al 100% da fonti rinnovabili e dispone di un impianto fotovoltaico da 142 kWp. Inoltre, il sistema di illuminazione a Led, integrato con luce naturale, consente un risparmio energetico fino al 50% rispetto alle tecnologie tradizionali. Il parcheggio può ospitare oltre 90 auto e include anche una colonnina di ricarica per veicoli elettrici con due postazioni. Hanno fatto parte del progetto anche alcuni interventi alla viabilità, volti a rendere più fluido il traffico della zona e a facilitare gli accessi. Esperienza d'acquisto smart I clienti possono accedere a un'ampia offerta per la spesa quotidiana che propone: frutta e verdura fresca consegnata ogni giorno, pane, specialità da forno e piatti pronti del reparto rosticceria . L'assortimento comprende inoltre articoli per la cura della persona, della casa e per gli animali domestici. Infine, a supporto di una spesa sempre più smart, è disponibile l'app Lidl Plus che racchiude promozioni esclusive e volantini digitali. Recentemente, il programma fedeltà dell'Insegna si è evoluto con l'introduzione dei Lidl Points : un'iniziativa di raccolta punti che consente l'accesso a un catalogo virtuale con oltre 250 coupon per prodotti food e buoni sconto.

Lidl inaugura a Brusciano il 12esimo store della provincia di Napoli e il 39esimo di tutta la Campania, confermando il sud della Penisola come obiettivo strategico per l'azienda. Il supermercato si trova in via Pimentel Fonseca, all'angolo con via Padula, ed è aperto dal lunedì al sabato dalle 8.00 alle 21.30 e la domenica dalle 8.30 alle 21.30. Un punto vendita sostenibile Il nuovo store, con un'area vendita che supera i 1.400 mq, è stato costruito seguendo i più recenti standard di sostenibilità , dando vita a un edificio ad alta efficienza energetica, certificato in classe A4. Il supermercato è alimentato al 100% da fonti rinnovabili e dispone di un impianto fotovoltaico da 142 kWp. Inoltre, il sistema di illuminazione a Led, integrato con luce naturale, consente un risparmio energetico fino al 50% rispetto alle tecnologie tradizionali. Il parcheggio può ospitare oltre 90 auto e include anche una colonnina di ricarica per veicoli elettrici con due postazioni. Hanno fatto parte del progetto anche alcuni interventi alla viabilità, volti a rendere più fluido il traffico della zona e a facilitare gli accessi. Esperienza d'acquisto smart I clienti possono accedere a un'ampia offerta per la spesa quotidiana che propone: frutta e verdura fresca consegnata ogni giorno, pane, specialità da forno e piatti pronti del reparto rosticceria . L'assortimento comprende inoltre articoli per la cura della persona, della casa e per gli animali domestici. Infine, a supporto di una spesa sempre più smart, è disponibile l'app Lidl Plus che racchiude promozioni esclusive e volantini digitali. Recentemente, il programma fedeltà dell'Insegna si è evoluto con l'introduzione dei Lidl Points : un'iniziativa di raccolta punti che consente l'accesso a un catalogo virtuale con oltre 250 coupon per prodotti food e buoni sconto.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

GdoWeek

Concorrenza GDO

Iper Tosano arriva a Milano


GdoWeek

Iper Tosano arriva a Milano

06/12/2026 11:09 Marina Bassi

Dopo molte attese, ha aperto a Cesano Boscone (Mi) Iper Tosano (VéGé), locomotiva alimentare del centro commerciale Le porte di Milano, gestito da Nhood, nato con Auchan e passato poi a Bennet che lo ha, a sua volta, ceduto a Tosano che gestisce anche la galleria (su due piani) da rilanciare, soprattutto per quanto riguarda il piano terra, dove diversi negozi sono stati chiusi, mentre il primo piano con la ristorazione, Ovs e Scarpe & Scarpe ha mantenuto maggiore attrattività. di 9 Location Il centro commerciale si trova sulla strada statale Vigevanese, una delle principali direttrici commerciali della città nella zona sud ovest, un parco commerciale e a cielo aperto, dove sono presenti molte insegne anche del non food (Ikea, ad esempio). Proprio di fronte si trova uno storico negozio Metro, mentre, a poca distanza, anche un superstore Esselunga. Layout In termini di layout e di formula, anche questo store replica fedelmente il format di successo di Tosano: apertura sulle promozioni sia a parete (offerte strepitose, prezzi da urlo, prezzi bomba) sia in isole tematiche centrali veri e propri muri di merce, ortofrutta sfusa e confezionata con casse dedicate (in questo caso 3, con avancasse con frigo per prodotti come succhi freschi e latte. Una soluzione alla quale i clienti non sono ancora abituati. di 10 Quindi lungo il perimetro i freschi, sia self service (come la carne con la sua ampia offerta completata da una proposta assortimentale importante di spezie di tutte le dimensioni e i gusti), sia in banchi assistiti: pesce e rosticceria (che con la formula "Scelto e cotto" propongono anche piatti pronti, fritti e menù asiatici), salumi, pasticceria e pane, con laboratori a vista. Davanti a loro, vasche promozionali di prodotti analoghi o complementari, con una quota significativa (in misura maggiore che in altri negozi) di piatti pronti. Particolarità, il banco dei formaggi take away con abbinamenti di vino suggeriti dalla selezione Tosano. Vini (divisi per tipologia e regioni) e alcolici rimangono due bastioni dell'offerta per ampiezza e profondità, una scelta confermata dalla presenza di una corsia dedicata alla Selezione Tosano (scritta oro su fondo nero a sottolineare il posizionamento premium), oltre che per la capacità di offrire dei prezzi altamente competitivi sia per le famiglie sia per chi si occupa di ristorazione. Da notare anche la grande zona etnica suddivisa per area geografica (asia, Sudamerica, Europa dell'est, Paesi Arabi), per rispondere ai bisogni di una popolazione più multietnica che altrove. L'offerta specifica per il catering, infatti, è un'altra delle caratteristiche dell'insegna, che anche qui viene proposta, con aree dedicate, in diverse zone e comparti, oltre che essere evidente dai formati proposti. Particolarmente evidente per ortofrutta, bevande, vini, alcolici, carne e salumi, surgelati, sottoli, piatti, tovaglioli di carta e simili, detersivi. Un assortimento fondato sulle marche L'assortimento è focalizzato sulle marche industriali, da quelle nazionali a quelle locali,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

con ampliamenti di gamma difficilmente riscontrabili in altre insegne. A parte le categorie e le zone firmate con il brand Selezione Tosano, assenti linee a marchio in senso classico a firma sia Tosano sia di gruppo VéGé, una scelta che, probabilmente, non sarebbe coerente con il posizionamento di prezzo della catena e la sua ricerca di garantire la maggiore ampiezza possibile in termini di brand e di relativi prezzi. Ovunque etichette elettroniche, mentre la comunicazione promozionale è affidata a cartelli scritti a mano (almeno all'apparenza) che favoriscono l'atmosfera di mercato e bazar. Nel cursore prezzo sono anche inseriti cartellini che indicano che i prodotti sono presenti anche in bancali o che sono in arrivo e che sono gli ultimi pezzi. Inoltre, per attirare la clientela, nel negozio e sulle strade adiacenti (nel raggio di 30 minuti) sono stati posti cartelli che, dall'11 al 21 giugno, assicurano uno sconto del 10% sulla spesa come messaggio di benvenuto Pagamenti La barriera cassa prevede 35 postazioni, oltre a una zona centrale dedicata alle casse self per spese più contenute, visto che i carrelli, in media, sono decisamente importanti (certo ieri era l'inaugurazione e non fa testo). Inoltre, sono state inserite, ulteriori casse (6 di cui alcune doppie) che sono state posizionate nel mall già alcuni giorni prima dell'inaugurazione per fornire un ulteriore sbocco alla presenza Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

GdoWeek

Concorrenza GDO

Conad Centro Nord: nel 2025 il fatturato supera i 2 miliardi (+1,77%)


GdoWeek

Conad Centro Nord: nel 2025 il fatturato supera i 2 miliardi (+1,77%)

06/12/2026 11:21 Alessandra Bonaccorsi

Conad Centro Nord chiude il 2025 con risultati economici in crescita e guarda al futuro con un piano da 382,5 milioni di euro Risultati, strategie e obiettivi al centro dell'assemblea di Conad Centro Nord , che ha chiuso lo scorso anno con un fatturato della rete di vendita di 2.191 miliardi di euro (+1,77%), mentre l'utile consolidato ha raggiunto 41,8 milioni di euro. In aumento anche il patrimonio netto consolidato, salito a 437 milioni di euro. I risultati del 2025 dimostrano l'efficacia del nostro modello cooperativo in una fase economica caratterizzata da grandi sfide -ha dichiarato l' Ad Ivano Ferrarini La crescita del fatturato e il rafforzamento patrimoniale ci consentono di guardare al futuro con fiducia e di pianificare un piano industriale triennale estremamente ambizioso. Il nostro impegno primario resta quello di coniugare la massima convenienza con la qualità che da sempre ci contraddistingue, tutelando il potere d'acquisto delle famiglie e continuando a investire in modo sostenibile sui territori e sulle comunità che ci ospitano" Lo sviluppo della rete Nel corso del 2025, la cooperativa ha aperto sei punti di vendita e tre PetStore, portando la rete complessiva a 332 negozi tra Emilia-Romagna e Lombardia, con oltre 7.000 collaboratori e 339 soci imprenditori. In termini di espansione, la cooperativa ha attivato un'operazione congiunta con Conad Nord Ovest , raccontata nell'articolo a questo link , per l'acquisizione di 9 store dal Gruppo Realco (Dit). Mdd e convenienza trainano la crescita In un contesto di mercato sempre più competitivo, Conad Centro Nord ha consolidato nel 2025 una quota di mercato del 7,32%, sostenuta soprattutto dalla crescita dei prodotti a marchio del distributore . Il peso della marca privata ha raggiunto il 32,4% nel Largo Consumo Confezionato, il 49,7% nell'ortofrutta, il 78,5% nelle carni avicole e il 49,5% nei comparti salumi e latticini. Un contributo significativo è arrivato anche dall' ampliamento dell'offerta di prodotti locali, che ha permesso alla cooperativa di rafforzare il sostegno alla filiera agroalimentare del territorio . Nel 2025 gli acquisti da oltre 600 produttori locali hanno generato un giro d'affari superiore a 250 milioni di euro Per tutelare il potere d'acquisto delle famiglie, la cooperativa ha promosso oltre 30 iniziative commerciali nel corso dell'anno, con circa 1.200 referenze in promozione ogni giorno e uno sconto medio del 30%. Accanto alle attività promozionali, Conad Centro Nord ha rafforzato le politiche di convenienza continuativa attraverso programmi dedicati come Bassi & Fissi e Convenienti Sempre , ampliando l'offerta di prodotti a prezzo stabile sia nel grocery sia nei freschi. Sul fronte della relazione con i consumatori, il modello cooperativo continua a mostrare la propria efficacia. La rete raggiunge oggi circa 2 milioni di clienti, con 76 milioni di visite annue e 1,2 milioni di consumatori fidelizzati. Le vendite generate dai possessori delle carte

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

fedeltà rappresentano il 79% del totale, mentre lo scontrino medio dei clienti fidelizzati sale a 36,7 euro rispetto ai 28,6 euro della media generale. Forte radicamento nei territori tra Emilia-Romagna e Lombardia Conad Centro Nord opera nelle province di Reggio Emilia, Parma e Piacenza, in Emilia-Romagna, e in quelle di Bergamo, Brescia, Mantova, Pavia, Lodi, Sondrio, Cremona, Lecco e nell'area metropolitana di Milano. Del fatturato complessivo di 2,19 miliardi di euro, 924,5 milioni sono stati realizzati in Emilia-Romagna e 1,27 miliardi in Lombardia, due regioni che si confermano strategiche per la cooperativa Conad. Nei territori storici emiliani l'insegna conferma una posizione di leadership: a Reggio Emilia detiene una quota di mercato del 35,65%, con un fatturato di 448,6 milioni di euro, mentre a Parma raggiunge il 29,34% con ricavi per 340,6 milioni. A Piacenza si consolida come seconda insegna della grande distribuzione con una quota del 18,03% e un fatturato di 135,2 milioni. Anche in Lombardia prosegue il percorso di crescita. A Bergamo la quota di mercato sale all'11,62%, con vendite per 320,1 milioni di euro, mentre a Brescia Conad Centro Nord si conferma seconda realtà della gdo con una quota del 12,31% e un fatturato di 393,8 milioni. Supply chain Nel 2025 Conad Centro Nord ha proseguito il percorso di efficientamento della supply chain, investendo in innovazione, qualità del servizio e sostenibilità. Tra i principali interventi figurano il potenziamento dei sistemi di monitoraggio delle consegne in tempo reale e l'ottimizzazione dei processi logistici e di approvvigionamento , con benefici concreti sulla disponibilità dei prodotti nei punti di vendita. I risultati confermano il miglioramento delle performance: il 96% degli ordini è stato consegnato puntualmente o in anticipo rispetto ai tempi previsti, mentre tutti i centri di distribuzione hanno ottenuto il massimo rating negli audit di qualità. Nel corso dell'anno sono stati movimentati circa 89,9 milioni di colli. Prosegue inoltre il piano di ammodernamento delle strutture logistiche , insieme agli interventi per ridurre l'impatto ambientale attraverso la diminuzione dell'utilizzo di plastica, l' ottimizzazione dei trasporti e l'introduzione di mezzi a basse emissioni . Dopo il primo camion elettrico entrato in servizio in Emilia nel 2024, nel 2026 è prevista l'attivazione di un nuovo mezzo elettrico dedicato alla rete lombarda. Gli obiettivi Per il triennio 2026-2028 la cooperativa ha approvato un piano industriale da 382,5 milioni di euro, che prevede 25 nuove aperture, interventi di riqualificazione della rete esistente e la creazione di circa 1.100 nuovi posti di lavoro. Proseguirà anche lo sviluppo dell'eCommerce, oggi attivo in 111 store, con un fatturato in aumento di oltre il 22%. Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere del Veneto (ed. Padova)

Concorrenza GDO

Alì, seconda sospensione dei lavori Canella: «Danno enorme alla città»

Il Consiglio di Stato ha accolto la nuova richiesta dei comitati contrari all'hub La discussione del caso il 16 luglio. Il patron: «Folle fermare un progetto così»

Davide D'Attino


Padova

Alì, seconda sospensione dei lavori Canella: «Danno enorme alla città»

Il Consiglio di Stato ha accolto la nuova richiesta dei comitati contrari all'hub La discussione del caso il 16 luglio. Il patron: «Folle fermare un progetto così»

Cybersecurity, protocollo tra la Polizia e l'Its Volpato

Biblioteca San Biagio, organici ridotti e servizi a rischio La Cgil: «Agire subito»

Un punto prelievi al posto del gioielliere Syrlab inaugura in piazza delle Erbe

Rampe di mattoncini Lego nel cortile del Bo installate per 2 mesi poi cambieranno sede

PADOVA Bisognerà aspettare ancora una trentina di giorni per conoscere il finale del caso Alì. Ieri infatti, come già a novembre scorso, nella prima fase della querelle giudiziaria, il Consiglio di Stato ha parzialmente accolto l'appello del Comitato dei cittadini di Granze di Camin e da otto singoli residenti della zona per riformare la sentenza con cui il Tar, due mesi fa, aveva respinto il loro ricorso contro la delibera di consiglio comunale del 27 maggio 2024 con cui era stato dato il via libera all'ampliamento fino a 200 mila metri quadri del centro logistico di via Svezia della nota azienda di supermercati. I giudici romani di Palazzo Spada, più nel dettaglio, hanno recepito la richiesta di sospensiva, ordinando nuovamente, sempre come a novembre scorso, il blocco dei lavori relativi a quattro dei sei edifici che rientrano nel progetto di estensione dell'hub di stoccaggio merci di Alì e rinviando il pronunciamento definitivo al 16 luglio prossimo.

Giorno in cui ci si confronterà nel merito della questione.

E quindi, in questo ping pong tra il Tar e il Consiglio di Stato, sarà appunto necessario attendere altre quattro settimane per poter scrivere la parola fine, in un senso o nell'altro, su una controversia che si trascina ormai da più di due anni. Cioè da quando, con 15 voti favorevoli e 12 contrari, l'aula di Palazzo Moroni permise l'edificabilità di 15 ettari di terreni agricoli, a fronte dell'impegno dell'azienda della famiglia Canella a versare nelle casse comunali un indennizzo di 8,5 milioni di euro, buoni da un lato per realizzare alcune opere pubbliche in loco (pista ciclabile fino a Ponte San Nicolò, riqualificazione di via Piva e nuova piazza tra via Vigonovese e via Puglie) e dall'altro per riconvertire a verde l'ex caserma Romagnoli di via Chiesanuova, trasformandola in un parco urbano grande proprio 15 ettari.

E in merito alla sospensiva concessa ieri, se il portavoce del Comitato dei cittadini di Granze di Camin, Diego Tono, preferisce aspettare l'udienza del 16 luglio, il presidente di Alì, Gianni Canella, abbandona per un attimo il consueto aplomb: «Prendo atto della decisione del Consiglio di Stato e la rispetto, però non posso negare che sarebbe una follia se, tra un mese, venissero effettivamente accolte le ragioni dei ricorrenti. Il nostro progetto, che ha ottenuto tutti i permessi amministrativi ed ambientali del caso, rappresenta infatti un unicum in Italia, visto che stiamo parlando di un hub completamente green, con la destinazione a verde di 50 mila dei 150 mila metri quadri oggetto dell'intervento e con la messa a dimora di 2.500 piante, senza peraltro contare - aggiunge Canella - le 200 assunzioni previste e i 100 milioni di euro di indotto stimati». Quindi, l'affondo: «Siamo una delle prime aziende della città per fatturato e contribuzione. E se l'ampliamento del nostro centro logistico venisse definitivamente

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

stoppato, sarebbe un danno enorme. Non solo per noi, che saremmo costretti a spostarci da qualche parte in provincia, ma anche, se non soprattutto, per Padova, perché passerebbe il messaggio - conclude il numero uno di Alì - che questo non è un luogo in cui le imprese possono insediarsi e svilupparsi». Ancora una trentina di giorni e sapremo.

Corriere delle Alpi

Concorrenza GDO

Area ex Agip di Baldenich Italia Nostra ricorre al Tar

È ancora lontana la parola fine per la vicenda relativa a questa parte della città Si chiede l'annullamento delle delibere del consiglio e della giunta comunale «La variante introdotta modifica radicalmente l'assetto del territorio»

PAOLA DALL'ANESE


Belluno

Area ex Agip di Baldenich Italia Nostra ricorre al Tar

Acil e Buzzatti: «Siamo sereni sull'esito della vertenza»

paola dall'anese Il caso È ancora lontana la parola fine per la vicenda dell'area ex Agip di Baldenich. Italia Nostra ha depositato un ricorso al Tribunale amministrativo regionale per chiedere l'annullamento delle delibere del consiglio comunale e della giunta di Belluno relative al piano urbanistico attuativo in variante al piano degli interventi di via Vittorio Veneto in cui rientra il piano dell'ex Agip.

Che un ricorso arrivasse era atteso da quando i cittadini di Baldenich, capitanati dal capofrazione Luigi Filippo Daniele, all'indomani dell'approvazione della variante urbanistica per l'area in questione, nell'assemblea pubblica lo avevano annunciato. Si trattava di capire chi doveva metterci i soldi e portare avanti l'operazione. Alla fine Italia Nostra nazionale, su sollecitazione della sezione di Belluno, ha deciso di fare il passo. Un passo dettato, come spiega la stessa associazione all'interno delle 24 pagine del ricorso perché "il Pua per essere approvato ha comportato anche la soppressione di un'area verde, che serviva per mitigare gli effetti del traffico e migliorare la qualità dell'ambiente e della vita della comunità locale" elementi che rientrano "nel perimetro delle finalità statutarie dell'associazione». Il ricorso è contro il Comune di Belluno da un lato e contro Acil Srl e Cav. Giuseppe Buzzatti di G.

Buzzatti & C. Sas di Sedico dall'altro, cioè contro chi ha autorizzato e chi realizzerà il supermercato in via Vittorio Veneto.

Il testo del ricorso chiede alTar l'annullamento delle delibere del consiglio comunale di Belluno del 31 luglio 2025 con cui è stato adottato il Piano urbanistico attuativo (Pua) in variante al piano degli interventi (P.I.), quella del 26 marzo scorso che dà il via libera al piano dell'area ex Agip e quella del 26 aprile 2022 che ha individuato la zona di recupero del patrimonio edilizio esistente e la rigenerazione urbana dell'area tra via Vittorio Veneto e piazzale della Resistenza, e infine della delibera della giunta comunale del 13 giugno 2025.

Quello che si contesta è che un'area destinata a verde è stata trasformata in area commerciale con passaggi che per il ricorrente violerebbero alcune norme.

«Si tratta di un segnale che vogliamo dare al Comune indicando che la procedura adottata è errata a livello amministrativo visto che parliamo di un progetto che andrebbe ad incidere pesantemente su un quartiere molto popoloso e con un notevole traffico. Il progetto non farebbe altro che complicare la vita ai residenti del quartiere», precisano dalla sezione bellunese di Italia Nostra. Sono diversi i

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

motivi dell'illegittimità del provvedimento comunale per Italia nostra, tra cui il fatto che "il comune di Belluno, nel perimetrare l'ambito oggetto del Pua aveva rilevato che la riqualificazione doveva avvenire solo dopo una valutazione complessiva del territorio circostante, valutazione che non è stata eseguita", evidenziando che solo "il piano degli interventi può entrare nel merito della trasformazione delle zone territoriali omogenee". Ma si evidenzia anche che palazzo Rosso "non ha spiegato in alcun modo la sussistenza dei presupposti per ricorrere alla disciplina derogatoria dell'approvazione del Pua in variante, né le ragioni per cui ha ritenuto che fosse conforme all'interesse pubblico generale eliminare o non confermare una zona a verde pubblico attrezzato per insediare una zona commerciale". Per l'associazione "si è passati da una destinazione funzionale al soddisfacimento di interessi generali della collettività a una destinazione orientata allo sfruttamento edilizio da parte di privati. Il Comune ha omesso di dar conto di come la nuova destinazione edificabile si inserisca in modo coerente nel disegno complessivo del territorio comunale, tenendo conto dei fabbisogni abitativi o produttivi e degli standard urbanistici".
© RIPRODUZIONE RISERVATA L'area ex Agip di Baldenich.

Il Cittadino

Concorrenza GDO

EX CONSORZIO AGRARIO

Il progetto Esselunga torna in commissione La Lega: «Tuteliamo l'interesse della città»


LODI

AGRICOLTURA

Innovazione e sostenibilità negli allevamenti lodigiani

CORSO ARCHINTI

Autonomia abitativa: tre alloggi comunali riqualificati con il Pnrr

EX CONSORZIO AGRARIO

Il progetto Esselunga torna in commissione La Lega: «Tuteliamo l'interesse della città»

Dal via libera in aula, dopo uno scontro politico accesissimo, sono passati cinque anni. Il nastro del tempo però, complici gli ultimi botta e risposta politici, sembra essersi riavvolto. E la vicenda - con un aggiornamento in Commissione Ambiente e Territorio il 17 giugno - tornerà anche in aula. Non si ferma il serrato dibattito sul futuro dell'area ex Consorzio Agrario e sul piano destinato a portare in città il primo supermercato a marchio Esselunga. «L'interesse da tutelare è quello della città e dei cittadini, non quello delle battaglie ideologiche». È Eleonora Ferri, capogruppo in consiglio, a rilevare che «mentre Lodi Comune Solidale continua a lanciare accuse, arrivando a insinuare che il centrodestra favorisca alcuni interessi privati, l'assessore all'Urbanistica sembra impegnato in un continuo esercizio di contraddizione, dato che in un incontro pubblico sosteneva che il passare degli anni, e l'aumento dei costi, potrebbe mettere a rischio la realizzazione, mentre dopo l'intervento delle opposizioni è tornato a dispensare lezioni e giustificazioni». Ed è sempre Ferri a parlare di «una coscienza poco serena della sinistra rispetto alla vicenda» come di «scarsa coerenza». «Non spiegherebbe altrimenti - prosegue Ferri - il silenzio assoluto sul nuovo supermercato all'ex Marzagalli, una struttura che avrà metrature importanti e che andrà ad aggiungersi all'offerta commerciale presente. Peraltro non è solo un trasferimento di un supermercato perché è legittimo immaginare che nell'area attualmente occupata dal punto vendita possano insediarsi nuove attività. I negozi di vicinato chiudevano e soltanto per l'apertura di Esselunga? I problemi viabilistici esistevano solo con Esselunga?». Insomma «troppo spesso la sinistra affronta questi temi con un approccio ideologico: qualsiasi operatore privato disposto a investire risorse per riqualificare aree della città, creare sviluppo, generare occupazione e migliorare infrastrutture dovrebbe essere accolto con favore». Sul tema torna anche il segretario cittadino della Lega Eugenio Cerri, perché «la giunta dovrebbe mettersi d'accordo con se stessa», perché «o l'insediamento è un'occasione persa per la mancanza di un progetto di città a causa della destra come dice Lodi Comune Solidale» o «al contrario, come ribadito dal sindaco e anche sostenuto dalla Lega, «è u'opportunità e un recupero di un'area strategica di grande interesse pubblico». L'auspicio è che l'intervento trovi presto compimento, «per buona pace degli oppositori ideologici». Ross. Mung.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Tribuna di Treviso

Concorrenza GDO

Altri sei supermercati in arrivo «Commercio di prossimità in crisi»

La preoccupazione delle associazioni: «Auspichiamo un cambio di rotta»


Treviso

Passerella pedonale a S. Pelajo
Lunedì si parte con il cantiere

Altri sei supermercati in arrivo
«Commercio di prossimità in crisi»

La preoccupazione delle associazioni: «Auspichiamo un cambio di rotta»

L'appello «Assistere alla proliferazione continua di nuovi supermercati a danno delle piccole botteghe, con la crisi progressiva del commercio di vicinato, impone un'importante riflessione». È un appello carico di preoccupazione quello dei presidenti delle associazioni di commercianti, artigiani e pubblici esercizi Cna Unimpresa Treviso, Ascom-Confcommercio Treviso, Casartigiani Treviso, Confartigianato Imprese Treviso e Confesercenti Treviso. Una preoccupazione generata da sei nuovi progetti di sviluppo commerciale destinati alla realizzazione o all'ampliamento di strutture della grande distribuzione alimentare nel territorio. Un'espansione che si inserisce in un contesto che ha visto la Marca perdere oltre 3.300 attività commerciali nell'ultimo decennio. Tra il 2015 e il 2025 ne sono scomparse 3. 357 in provincia, 368 nel capoluogo. «Con i sei nuovi piani di lottizzazione (Repubblica 2, Kolbe, San Bartolomeo, Sant'Antonino, Feltrina 6, Panigai), seppur si tratti di un trasloco per Repubblica 2 e di un ampliamento per Feltrina 6, si arriverebbe a una presenza di una struttura ogni circa 2. 200 abitanti. Un dato significativamente superiore alla media nazionale», osservano le associazioni, «di fronte a questa tendenza, riteniamo che ogni nuova scelta urbanistica e commerciale debba essere valutata non soltanto in base all'investimento privato che genera, ma anche agli effetti che produce sulla qualità urbana, sulla rete dei servizi e sulla vitalità economica dei quartieri e delle frazioni.

Le imprese che rappresentiamo credono nella concorrenza e nella libertà d'impresa.

Proprio per questo, affinché il mercato funzioni al meglio, le regole pubbliche dovrebbero condizioni di sviluppo equilibrate, evitando squilibri che nel tempo possono impoverire il tessuto economico e sociale». Dai dati emersi dalla ricerca del Centro studi Tagliacarne, il 24,6% dei residenti della Marca riesce a raggiungere a piedi un negozio alimentare entro 15 minuti dalla propria abitazione. «Un risultato che evidenzia come il vero tema sia rafforzare la prossimità dei servizi, non aumentare semplicemente le superfici», aggiungono, «alla Regione chiediamo di accelerare l'approvazione del disegno di legge di riforma del commercio, che introduce strumenti di sostegno ai distretti del commercio, alle attività storiche e alla rigenerazione urbana». All'appello si è unito anche l'esponente di Coalizione Civica Luigi Calesso: «Spero che il sindaco Mario Conte, anche nella sua qualità di Presidente di Anci Veneto, esprima quanto prima un netto favore per i contenuti del disegno di legge e ne solleciti l'approvazione». © RIPRODUZIONE RISERVATA Alcuni carrelli nel reparto ortofrutta di un supermercato Calo progressivo La Marca ha perso 3.300 attività nell'ultimo decennio A Treviso ne sono scomparse 368.

Il Mattino di Padova

Concorrenza GDO

Il supermercato storico riapre dopo il rinnovo


Mossalice - Conselve - Este - Montagnana

Il Parco commissariato scatena le polemiche

Trovato a 16 anni con la cocaina la droga nascosta nel giardinetto

Il supermercato storico riapre dopo il rinnovo

Il robot è ritornato in pizzeria «Portato di nascosto nella notte»

Villa Estense Volto nuovo per uno dei negozi storici del paese. Ha riaperto giovedì il supermercato Crai di via Cimitero Vecchio, completamente rinnovato dopo un intervento di ristrutturazione che ha interessato gli spazi di vendita e l'organizzazione dei reparti. Attivo a Villa Estense dal 1932, il punto vendita rappresenta da oltre novant'anni un riferimento per la comunità locale e oggi si presenta con una nuova gestione e un'offerta ampliata. Lo store, che si sviluppa su una superficie di 510 mq, è stato riorganizzato per valorizzare i prodotti freschi e le specialità del territorio.

Tra le novità un nuovo spazio dedicato alla frutta pronta al consumo e un ampliamento dell'area bakery con pane, prodotti da forno e dolci tipici locali. L'assortimento conta circa 4.000 referenze e comprende anche macelleria a taglio fresco, salumi, formaggi e banco gastronomia con piatti pronti. Nel supermercato lavorano sei dipendenti, alcuni dei quali presenti da oltre vent'anni, a testimonianza di un forte legame con il territorio. «Confermiamo il nostro impegno nel valorizzare i punti vendita di prossimità, rendendoli sempre più moderni e vicini alle esigenze delle comunità locali», sottolinea Luca Busato, direttore vendite di Ama Crai Est. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Fiorentino

Concorrenza GDO

Sotto la Loggia del Pesce tra risse, spaccio e bivacchi

Via Pietrapiana, residenti e commercianti denunciano episodi continui «Servono controlli, prima almeno c'era il commissariato di polizia...»

Jacopo Storni


Firenze

Sicurezza
I racconti dopo l'aggressione notturna al chiefland

Sotto la Loggia del Pesce tra risse, spaccio e bivacchi

Via Pietrapiana, residenti e commercianti denunciano episodi continui «Servono controlli, prima almeno c'era il commissariato di polizia...»

Oggi i Verdi sfidano i Rossi, via al torneo con le nuove regole di gioco

Anpi ed Aned unite contro la passeggiata di Vannacci
Gavinana, annunciato un presidio. Gli ex deportati: «Discriminazione travestita da buonsenso»

Ore 18, spaccio sotto la Loggia del Pesce. Mani furtive, affari clandestini. Poi, finito l'affare, gli spacciatori tornano a tracannare birra, seduti sugli scalini della piazza oppure appoggiati al chiosco della fioraia. Già, la fioraia, una delle prime vittime del degrado di via Pietrapiana, teatro di un'aggressione tra senzatetto la scorsa notte.

«Ho dovuto sprangare un pezzo di negozio perché era utilizzato da molti soggetti per tutti i loro comodi. L'altro giorno è venuto il fabbro a ripararmi il tetto e sopra ci ha trovato coltelli, chiodi, vestiti.

Qui in piazza c'è sempre un uomo nudo che si aggira vagheggiando, a volte urlando.

Ho chiesto a queste persone di non sostare proprio attaccati al mio negozio, ma non sono stata ascoltata».

E poi la profumeria di fronte alla Loggia del Pesce. «La situazione è tragica. Spaccio dalla mattina alla sera, azzuffate continue. Nelle sere d'inverno mi chiudo dentro a chiave e apro soltanto ai clienti che conosco. I vigili? Li chiamiamo spesso ma non vengono mai e addirittura a volte ci attaccano il telefono». Per non parlare della pizzeria accanto: «Negli ultimi due mesi ho subito tre spaccate. Proprio domani viene il fabbro ad aggiustare il vetro. Una volta è stata rubata la borsa a una cliente mentre mangiava». Il titolare racconta scene surreali che intravede da dentro il locale: «A volte in piazza c'è lo smercio dei vestiti dentro le valigie che vengono rubate dalle auto dei turisti». Una scena surreale confermata da più parti.

Il giardino antistante la piazza diventa talvolta il magazzino della droga: «Nascondono le dosi nelle siepi». A volte viene usato anche come toilette. Il bivacco c'è anche all'inizio di via Pietrapiana, all'angolo con piazza Salvemini.

Lo sa bene il gestore del centro arredo tessile: «L'altro giorno tre ragazzi stavano rubando una bicicletta, due facevano da palo e il terzo scardinava i lucchetti. Ogni giorno qui è un mezzo delirio eppure la sindaca Funaro dovrebbe saperlo visto che passa da qui quasi ogni mattina. E ogni notte stazionano di fronte al nostro negozio quattro o cinque senzatetto».

Anche alla Conad storcono il naso: «Questa strada è piuttosto colorita, giorno e notte sono numerosi i disagi». I (pochi) residenti della zona hanno talvolta paura di tornare a casa dopo cena. «Spesso vediamo ubriachi nelle panchine, volte urlano e tirano bottiglie di vetro addosso ai passanti. Qualche volta urinano sui muri». Monica Coppoli è la presidente del centro commerciale naturale di via Pietrapiana:

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Fiorentino

Concorrenza GDO

«Il degrado è visibile a occhio nudo da chiunque in parte della strada. In tal senso avevano chiesto all'amministrazione comunale la possibilità di installare telecamere di videosorveglianza ma non sono mai state messe. Vorremmo che la zona fosse maggiormente attenzionata dalle forze dell'ordine». Lo chiedono anche i residenti della zona, che ancora resistono in uno dei pezzi di centro storico dove ancora vivono i fiorentini. «Vogliamo più controlli». In tanti lamentano la chiusura del commissariato di polizia che c'era proprio in via Pietrapiana, ma che è chiuso da qualche anno. «La sede della polizia avrebbe almeno fatto da deterrente, adesso non c'è più neppure quella». Dal Comune fanno sapere che i vigili «sono presenti nella zona con servizi quotidiani in sinergia con le unità di strada».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Gazzettino

Concorrenza GDO

Multa da 16mila euro al supermercato per pesce scaduto e mal conservato


Mestre

«La mia palestra ostaggio di balordi Così sto perdendo denaro e clienti»

Concorsopoli a Benevento Pompiere prosciolto

Multa da 16mila euro al supermercato per pesce scaduto e mal conservato

Con la moto contro un'auto, sbalzati papà e figlio di 9 anni

L'ISPEZIONE MESTRE Sedicimila euro di multa e 170 chili di pesce sequestrato o direttamente distrutto. È questo un altro degli esiti delle attività di controllo che la capitaneria di porto ha svolto nelle scorse settimane insieme al personale dell'Ulss 3 Serenissima per verificare la qualità e la sicurezza dei prodotti in vendita in decine di negozi, alimentari, supermercati e ristoranti di tutto il territorio Veneziano. A Mestre le conseguenze più gravi sono toccate ad un supermercato della zona industriale.

INFRAZIONI Alimenti di dubbia provenienza, privi di etichette o con descrizioni lacunose e volutamente imprecise. Non solo, cibi scaduti e mal conservati. Le numerose infrazioni all'interno del punto vendita sono immediatamente balzate agli occhi degli ispettori. Nel mirino, il pesce. Gli uomini della guardia costiera all'interno del grande punto vendita hanno portato a galla una lunghissima lista di infrazioni commesse da parte della direzione del supermercato e dei lavoratori dipendenti.

Molti prodotti - tutti esposti nel reparto dei freschi - riportavano etichette imprecise. Dei cibi non era chiara la provenienza e nemmeno l'esatta composizione. Durante i controlli gli ispettori, insieme agli operatori specializzati dell'Ulss 3, hanno anche notato come i cibi fossero maneggiati senza rispettare le norme d'igiene, oltre che mal conservati.

Molti di questi erano anche scaduti.

MULTA E SEQUESTRI 100 chili di prodotti ittici sono stati immediatamente ritirato dal bancone e smaltiti. Altri 70 chili sono di pesce e molluschi scaduti sono stati sequestrati. Le infrazioni sono costate sedici mila euro di multa alla direzione del supermercato. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Il prezzo più alto della media non frena i campioni di vendite

Consumi. Secondo l'analisi di NielsenIQ molti prodotti mostrano che l'offerta, quando intercetta bisogni reali e semplifica la scelta a scaffale, viene apprezzata al punto che il costo relativo diventa secondario

Manuela Soressi


Il prezzo più alto della media non frena i campioni di vendite

Distribuzione, in Italia il 70% delle aziende adotta politiche antispreco

Radio24

Banking Reinvention: strategia e competitività nell'era dell'AI

Digital Round Table

Iscriviti su radio24.it

accenture

Cosa hanno in comune il caffè in capsule, lo yogurt greco, il kiwi giallo, le creme spalmabili di frutta secca e il tonno sott'olio in vetro? L'aver aumentato a doppia cifra i volumi delle vendite del 2025 nella Gdo nonostante i prezzi decisamente più alti della media.

Prendiamo le capsule, a cui gli italiani hanno destinato più del 30% della spesa per il caffè e di cui hanno aumentato dell'11,2% le quantità acquistate nonostante costino il 131% in più rispetto alla media del caffè. Ancora più significativo è il differenziale di prezzo dello yogurt greco: il fatto che lo si paghi il 92% in più rispetto alla media non rappresenta un freno alle vendite (+24% a volume l'anno scorso per 500 milioni di euro di incassi, il 25% del totale yogurt). Il kiwi giallo che costa in media il 66% in più macina vendite (+23,3% a volume nel 2025) e le creme spalmabili di frutta secca sono cresciute in volume del 18% a dispetto di prezzi superiori alla concorrenza del 50%. Se a favore delle creme di mandorle o arachidi gioca il fattore novità unito al valore salutistico e a quello edonistico, nel caso dell'aumento del +11,3% delle quantità comprate di tonno sott'olio in vetro, nonostante costi il 61% in più della media di prodotto, la spiegazione va cercata nella garanzia di "trasparenza".

«Questi esempi mostrano che quando l'offerta intercetta bisogni reali e semplifica la scelta a scaffale viene apprezzata al punto che il prezzo diventa secondario», spiega Alessandra Cuomo di NielsenIQ. Un cambiamento non da poco nell'approccio agli acquisti alimentari di molti italiani, in genere spinti dalla crisi alla ricerca della convenienza. Nell'arco di un anno è diminuita la quota di chi è stato costretto a passare ai prodotti più low cost (31%), di chi acquista solo prodotti in promozione indipendentemente dal brand (30%) e di chi ha abolito ogni spesa superflua limitandosi solo all'essenziale (30%). Il punto di svolta è avvenuto a fine 2025, quando i livelli di fiducia sono tornati a crescere: l'attenzione ai prezzi si è allentata, con un ritorno della price sensitivity a valori in linea con la media degli ultimi anni.

Usciti dalla fase difensiva, gli italiani continuano dunque a tenere d'occhio gli scontrini, ma hanno ricominciato anche a comprare in funzione del valore attribuito ai prodotti alimentari, oggi determinante per il 26% degli shopper contro il 20% del 2024. Ma cosa determina il valore di un alimento nella mente dei consumatori? «Dalle nostre ricerche è emerso che è dettato da diverse componenti, tra cui spiccano la freschezza, la qualità ("certificata" anche dalla marca), gli aspetti salutistici, la sostenibilità, l'alto contenuto di servizio e l'origine o provenienza del prodotto» aggiunge Cuomo. Gli italiani si

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dichiarano disposti a pagare di più soprattutto per prodotti freschi senza conservanti (64% delle risposte), per opzioni free from (58%) e per prodotti certificati sul fronte della sicurezza e dell'igiene (61%). Importanti per giustificare un prezzo più alto sono considerate anche l'alta qualità degli ingredienti e delle formulazioni (49%) e la presenza di una marca nota (48%). Il 52% degli italiani premia anche prodotti impegnati per la sostenibilità ambientale il 50%, quella sociale e il 49% la filiera trasparente. Valori molto alti riguardano anche il contenuto di servizio, altro plus che non fa guardare al cartellino del prezzo. I prodotti facili e veloci da preparare convincono il 52% degli italiani, mentre un 40-42% apprezza la possibilità di ricevere velocemente i prodotti o di poterli consumare on the go. Il 50% si dichiara poi disposto a spendere di più per alimenti di provenienza locale o con certificazione di origine. Ma anche l'effetto sorpresa ha un suo peso, perlomeno su quel 41% di consumatori che è particolarmente attratto dalle novità appena arrivate in commercio e disposto a spendere di più pur di provarle. Subito. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

L'osservatorio Politecnico di Milano

Distribuzione, in Italia il 70% delle aziende adotta politiche antispreco

Maria Teresa Manuelli



Sette aziende della distribuzione su dieci adottano almeno una pratica di valorizzazione circolare delle eccedenze - donazione, riuso o riciclo - e quasi tutte le grandi insegne che pubblicano un bilancio di sostenibilità applicano anche misure di prevenzione, come le promozioni sui prodotti prossimi alla scadenza o i sistemi di ottimizzazione delle scorte. È quanto emerge dalla ricerca dell'Osservatorio Food Sustainability del Politecnico di Milano, che sarà presentata il 17 giugno, condotta su un campione di 867 imprese con più di nove dipendenti. Il quadro è però disomogeneo: tra Gdo e piccole imprese il divario resta marcato.

L'agenda europea indica la donazione per fini sociali come forma prioritaria di valorizzazione: è praticata dal 44,5% delle imprese. Ma mentre le grandi donano nell'83% dei casi con continuità, le piccole e medie si fermano rispettivamente al 42% e al 46%. La donazione non esclude altri approcci: il 54% delle imprese donatrici adotta anche ulteriori forme di riuso, contro il 40% delle non donatrici. Tra chi non dona, il 43% adotta comunque almeno un'altra pratica: il 24% forme di riuso, circa il 13% riciclo e recupero.Il settore recupera così circa 135 mila tonnellate di eccedenze l'anno, per un contributo sociale stimato in quasi 632 milioni di euro.

Solo il 43% delle imprese monitora le proprie eccedenze, quota che sale al 76% tra le grandi ma scende al 47% tra le piccole. È una lacuna rilevante perché misurare lo spreco è condizione necessaria per pianificare interventi mirati - e gli obiettivi da centrare sono ora vincolanti: la Direttiva Ue 2025/1892 impone entro il 2030 una riduzione del 30% pro capite dei rifiuti alimentari nel commercio al dettaglio rispetto alla media 2021-2023. Per la distribuzione italiana, che nel triennio ha prodotto in media oltre 565mila tonnellate annue di rifiuti alimentari, l'obiettivo corrisponde a circa 170mila tonnellate annue da eliminare. «Per centrare questi traguardi sarà necessario un salto di scala, basato su collaborazioni tra stakeholder e un impulso all'innovazione», osserva Paola Garrone, responsabile scientifica dell'Osservatorio con Barbara del Curto. Il Regolamento Ppwr, inoltre, trasforma in requisiti obbligatori scelte finora volontarie: riciclabilità, contenuto di materiale riciclato, riduzione del peso, composizione chimica, etichettatura. Le incertezze maggiori riguardano la traduzione operativa: dalla definizione delle classi di prestazione per il design for recycling alla disponibilità di materie prime seconde idonee al contatto alimentare, fino alla gestione di Pfas e sostanze soggette a restrizione. «La sfida non riguarda solo il rispetto dei nuovi obblighi, ma la capacità di trasformarli in soluzioni industrialmente praticabili», afferma Barbara Del Curto. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

I salumi resistono alla crisi: esportazioni in crescita del 5,3%

Made in Italy. L'espansione in Europa permette di assorbire la frenata negli Stati Uniti causata dei dazi. Dati positivi anche sul fronte dei consumi interni alla vigilia dell'assemblea Assica (che compie 80 anni)

Giorgio dell'Orefice


I salumi resistono alla crisi: esportazioni in crescita del 5,3%

Restano le criticità su peste suina e sull'import di carne dal Brasile

Al di là dei dazi di Trump e delle perturbazioni internazionali: il settore dei salumi made in Italy ha chiuso un 2025 molto positivo con una lieve crescita della produzione, un consolidamento del fatturato (9,6 miliardi di euro, pari al +1,9%) e, nonostante le problematiche internazionali, ha raggiunto il record delle esportazioni con un giro d'affari di 2,5 miliardi e una crescita rispetto all'anno precedente del 5,3% sia in volume che in valore.

I positivi numeri del settore della salumeria italiana saranno al centro dell'assemblea di Assica (l'associazione delle industrie dei salumi e delle carni preparate) in calendario il prossimo 18 giugno a Roma.

Mercato interno in salute «I dati confermano - ha commentato il presidente di Assica, Lorenzo Beretta - che nonostante il contesto economico dominato dall'incertezza e dalla prudenza dei consumi, il nostro comparto ha registrato una lieve crescita sul mercato interno. Nel 2025 la produzione nazionale si è attestata a 1,173 milioni di tonnellate, in aumento dello 0,6% rispetto all'anno precedente, per un valore complessivo di 9,643 miliardi di euro (+1,9%). La disponibilità al consumo sul mercato nazionale ha raggiunto 989.200 tonnellate con un leggero miglioramento di 0,5%, mentre il consumo apparente pro capite ha raggiunto quota 16,6 chilogrammi annui, confermando il ruolo che i salumi continuano a occupare nelle abitudini alimentari degli italiani».

Sempre con riferimento al mercato interno, Assica sottolinea come il prodotto più consumato resti il prosciutto cotto (con una quota di mercato del 28,1% del totale dei salumi consumati in Italia). A seguire il prosciutto crudo stagionato (21%), la categoria mortadella e wurstel (19,6%), il salame con l'8,3% e la bresaola con il 2,4 per cento.

Export: più Europa, meno Usa A un mercato interno in sostanziale tenuta ha fatto da positivo contraltare l'export, che anche nel primo trimestre cresce in quantità (+1,9%) a fronte di una lieve moderazione dei prezzi. «La dinamica evidenzia un aggiustamento sul fronte prezzi cresciuti a inizio 2025 in maniera più vigorosa rispetto alle quantità», commentano da Assica, che per il 2026 stima come «in uno scenario di veloce ritorno alla stabilità internazionale e contenimento dell'inflazione, le prospettive per i prossimi mesi restano positive».

A trainare la crescita nel 2025 sono stati soprattutto i mercati dell'Unione europea, che hanno assorbito 163.810 tonnellate di salumi italiani per un valore di 1,695 miliardi di euro, con incrementi rispettivamente del 6,4% e del 6,6% rispetto al 2024. Più contenuta, invece, la crescita nei Paesi terzi, dove le esportazioni

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

hanno raggiunto 67.835 tonnellate per un valore di circa 811 milioni di euro, in aumento rispettivamente del 2,9% e del 2,6 per cento.

Tra i principali mercati europei si segnalano le ottime performance registrate in Spagna con 11.304 tonnellate (+30,7%) per un valore di 71,8 milioni di euro (+18,1%), e Regno Unito, +7,6% in quantità e +6,6% in valore, con invii per 18.919 tonnellate e 240,6 milioni di euro.

Francia e Germania si sono confermati primi due mercati di destinazione in termini assoluti, con un valore complessivo di circa 867 milioni di euro e, da soli, assorbono oltre il 50% delle spedizioni di salumi made in Italy. Sul fronte extra europeo restano positivi i risultati ottenuti in Canada (con progressi significativi dopo l'entrata in vigore dell'accordo Ceta) mentre gli Stati Uniti, primo mercato extra Ue per i salumi italiani, hanno registrato una flessione sia in volume (-3,8%) sia in valore (-5,8%), risentendo dell'incertezza del quadro commerciale internazionale e delle difficoltà legate all'accesso ai mercati.

Gli 80 anni di Assica Nel corso dell'appuntamento della prossima settimana Assica celebrerà, tra l'altro, anche i propri 80 anni di attività. «Siamo partiti con un piccolo gruppo di aziende familiari - ricorda il presidente di Assica, Lorenzo Beretta - e oggi siamo arrivati a 180 associati. La nostra organizzazione ha accompagnato lo sviluppo del settore e in particolare la sua proiezione internazionale. Agli inizi il mercato era solo nazionale, al massimo spedivamo qualche prodotto in Svizzera. Adesso siamo presenti in più di cento Paesi spesso con prodotti, come il prosciutto crudo, che i consumatori internazionali non conoscevano mentre adesso è per loro più che familiare. Continueremo su questa strada, quella cioè dell'apertura dei mercati anche grazie agli accordi internazionali». Un contributo verrà anche da prodotti della nostra tradizione che ancora non conosciuti all'estero. «Penso in particolare a pancetta e guanciale - continua Beretta -che stanno conoscendo un forte apprezzamento sui mercati grazie alla diffusione di ricette italiane come la pasta alla carbonara o all'Amatriciana. E penso alla bresaola, prodotto dalle grandi qualità salutistiche e quindi perfetto per il consumatore internazionale. La bresaola per spiccare definitivamente il volo all'estero attende solo che le relative esportazioni vengano autorizzate verso gli Stati Uniti. Noi ci puntiamo molto». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

Stati Uniti e vino italiano, i consumatori restano fedeli

I dati dell'Osservatorio di Federvini. Il presidente Ponti: dobbiamo diversificare e innovare di più

ISIDORO TROVATO


Divini

L'INTERVISTA LA ROTTURA CON IL FRATELLO ALBERTO

La svolta di Nadia Zenato: lascio l'azienda di famiglia e riparto da nuovi progetti

Stati Uniti e vino italiano, i consumatori restano fedeli

I dati dell'Osservatorio di Federvini. Il presidente Ponti: dobbiamo diversificare e innovare di più

Come esplorare un territorio sconosciuto senza mappa. Il settore italiano di vini, spiriti e aceti affronta un contesto del tutto inedito per complessità e velocità di cambiamento. L'evoluzione dei consumi, le tensioni commerciali, le turbolenze geopolitiche stanno ridisegnando le rotte commerciali e il comparto italiano cerca nuovi strumenti per orientarsi.

Una bussola, in tale senso è l'elaborazione dell'Osservatorio Federvini realizzato in collaborazione con Nomisma, sul primo trimestre 2026. I dati dicono che la Gdo italiana mostra dinamiche divergenti tra comparti: il vino segna un lieve calo a volume (-1%), ma cresce a valore (+2,2%), con gli spumanti in accelerazione (+8,7%) . Gli spiriti mettono a segno un rimbalzo più sostenuto (+2,9% a volume), trainati dagli aperitivi alcolici e dai sodati; cresce anche il Gin, mentre la Grappa rimane in terreno negativo. E se l'Italia tiene il passo (soprattutto per i vini di qualità), sul fronte internazionale, il primo trimestre 2026 si è aperto in frenata per tutti i grandi Paesi produttori di vino a causa di una contrazione generalizzata del valore delle importazioni registrata in tutti i 12 principali mercati di riferimento. Ma la frenata peggiore è quella che arriva dagli Stati Uniti, con il -38,9% di valore delle importazioni rispetto allo stesso trimestre del 2025. Ma non tutte le notizie provenienti dagli States sono negative visto che dalla Consumer Survey dell'Osservatorio Federvini arriva un segnale che incoraggia l'ottimismo: è vero che il mercato statunitense ha importato meno ma si dimostra fedele al made in Italy.

Nonostante l'aumento dei prezzi legato ai dazi sia stato avvertito dalla grande maggioranza degli acquirenti, meno del 10% ha sostituito i prodotti italiani. Di fronte a una prospettiva di rincaro del 20%, una quota significativa di consumatori dichiara che non modificherebbe le proprie abitudini d'acquisto. Il principale driver di scelta resta l'alta qualità percepita, che i consumatori americani associano ai vini italiani (47%), agli spirits (48%) e all'Aceto Balsamico di Modena IGP (42%).

«Il 2025 ci ha messo alla prova con un'intensità senza precedenti - afferma il presidente di Federvini Giacomo Ponti. - Prima i dazi reciproci, poi la loro sospensione, infine l'attuale regime al 10% in vigore fino al 24 luglio. Le nostre imprese hanno dimostrato una capacità di adattamento straordinaria. Ora è fondamentale che la ratifica dell'accordo UE-USA si concluda rapidamente: non possiamo pensare di sostituire il mercato americano, ma possiamo e dobbiamo diversificare, innovare, presidiare i tavoli europei con ancora più determinazione. Guardiamo al futuro con fiducia: siamo portatori di un valore strategico - economico, culturale, identitario - che nessun dazio può intaccare». E nel frattempo si esplorano nuovi percorsi fatti di vini biologici (interessanti per il 53% dei 18-24enni) e, in misura più selettiva, vini senza alcol o a basso contenuto alcolico.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

Pensiero critico per usare l'intelligenza artificiale nelle aziende

Le risposte fornite non sono neutre e tendono a riprodurre il quadro esistente

Matteo Prioschi


Norme & Tributi

Retribuzioni convenzionali, nel 2026 aumento dell'1,5%

Pensiero critico per usare l'intelligenza artificiale nelle aziende

L'intelligenza artificiale è già ampiamente utilizzata dalle aziende per comunicare, anche da parte della funzione delle risorse umane nelle aziende.

Oggi, ha sottolineato Giuseppe Antonelli, linguista e professore ordinario di storia della lingua italiana all'Università di Pavia, nelle imprese si comunica usando l'AI, che però è utile per fare in maniera più rapida lavori faticosi e ripetitivi, ma «non risolverà il problema di esprimerci meglio, inteso come capacità di farlo in maniera empatica ed efficace. Le macchine rischiano di cristallizzare vezzi e difetti del linguaggio aziendale, amplificano meccanismi e dinamiche positive e negative, sta a noi fare in modo che la comunicazione tra le persone sia una relazione».

Nella prima giornata del 55° Congresso nazionale Aidp, in corso di svolgimento a Padova, si è affrontato subito e in modo diretto il tema dell'importanza delle competenze che, ha affermato Matilde Marandola, presidente dell'Associazione italiana per la direzione del personale, devono essere sì tecniche ma anche sempre più umane, quali la capacità di ascolto, l'empatia, la capacità di saper fare domande, anche all'intelligenza artificiale.

Ivana Bartoletti, Inaugural visiting executive cybersecurity and policy fellow presso la Virginia tech University ed esperta di AI presso il Consiglio d'Europa, ha sottolineato che quando si valuta di farne uso in azienda la domanda più importante da porsi è se tale strumento sia necessario, perché non è detto che risponda a qualunque necessità, e perché non tutto ciò che si può fare tecnicamente è corretto a livello etico. Ad esempio l'AI non è neutra, in quanto educata con i dati presenti nella nostra società che poi vengono riproposti nelle risposte, mentre i parametri utilizzati rappresentano la volontà di chi li ha scelti.

Nell'era e nei confronti dell'AI, ha proseguito Bartoletti, la competenza centrale è quella «del giudizio, cioè la capacità di valutare le risposte dell'intelligenza artificiale, riuscire a interrogarle, capire intuitivamente quando potrebbero essere sbagliate, porsi seri dubbi rispetto a quello che l'AI offre». Oggi è quanto mai necessario il pensiero critico e le organizzazioni al loro interno devono lasciare spazio alla possibilità di esprimere dubbi.

Nel corso della prima giornata si è affrontato anche il tema del ruolo della contrattazione collettiva nazionale alla luce di un mondo del lavoro che cambia molto velocemente. Secondo Tito Boeri, professore di economia all'Università Bocconi, è necessario un sistema di contrattazione più decentrato, perché quello nazionale è troppo rigido e non riesce, ad esempio, a tener conto delle forti differenze di produttività tra le aziende, così come ritmi di rinnovo troppo lunghi non consentono di tenere allineati retribuzioni

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e inflazione. Da un punto di vista differente, l'avvocato giuslavorista Franco Toffoletto ha affermato che il sistema attuale è caratterizzato da complessità e non consente di intervenire rapidamente, mentre soluzioni più adeguate alle necessità potrebbero essere raggiunte anche con la contrattazione di prossimità, che consente di andare in deroga a disposizioni di legge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

Eva, la prima assessora creata con l'AI

L'esperimento ad Acqui Terme. Si occuperà di Umanizzazione e digitalizzazione. Esprimerà pareri in giunta

FLORIANA RULLO


Eva, la prima assessora creata con l'AI

L'esperimento ad Acqui Terme. Si occuperà di Umanizzazione e digitalizzazione. Esprimerà pareri in giunta

Il sindaco reale

«La testo da sei mesi Elabora molti dati, ma le manca l'astuzia»

L'amministratrice virtuale

«Per la città disegno il turismo del futuro Decisioni? Mai sola»

Un'assessora virtuale per Acqui Terme. Si chiama Eva Statiella, (Eva richiama la figura biblica mentre Statiella richiama «Aquae Statiellae», nome della città alessandrina in epoca romana con richiamo ai Liguri Statielli) e sarà la prima assessora creata con l'intelligenza artificiale che verrà utilizzata in un'amministrazione comunale in Italia.

Statiella, con l'imminente rimpasto della giunta comunale della cittadina di quasi 20mila abitanti in provincia di Alessandria, riceverà la delega all'Umanizzazione, insieme a quelle, indubbiamente più in linea con il suo profilo, all'intelligenza artificiale e alla transizione digitale.

A crearla, e ad addestrarla, sta pensando il sindaco Danilo Rapetti, alla guida di un gruppo di alleanze civiche, una laurea in psicologia e la passione appunto per l'intelligenza artificiale. Così, utilizzando sia ChatGpt sia Antrophic ha creato (con tanto di immagine generata dall'AI) la prima figura di assessora virtuale sul territorio nazionale: capace - negli auspici del primo cittadino - di rispondere ai quesiti che amministratori e cittadini le porranno. Tra i suoi compiti, quello di partecipare alle riunioni della Giunta comunale ed esprimere opinioni sui temi che verranno sollevati. Un modo, nei piani di Rapetti, di inserire l'intelligenza artificiale, presente ormai in ogni attività della nostra vita, anche nell'amministrazione della sua città. Un progetto che non usa denaro della comunità, ha assicurato Rapetti, e che punta a far diventare Acqui Terme una sorta di capitale della digitalizzazione. Il primo cittadino, infatti, chiederà al governo che la cittadina diventi il primo laboratorio sull'assessore virtuale, con l'istituzione di un comitato scientifico ed etico che possa tarare l'esperienza avviata con Eva Statiella.

Acqui sarà pioniera del digitale anche grazie al progetto del sindaco avatar (un aiutante virtuale che agirà sui canali social personali del primo cittadino), e quello del «Comune agentico», dove ai computer siederanno intelligenze artificiali capaci di eseguire compiti ripetitivi, mentre i dipendenti in carne ed ossa «potranno ascoltare umanamente, non solo professionalmente i cittadini». Tutto mentre Eva, che ha proprio il sindaco come punto di riferimento visto che è lui a curarne lo sviluppo, resta a disposizione dell'intera città per poter guidare i cittadini nelle loro richieste e anticiparne i bisogni. Anche se, alla fine, ogni decisione, dovrà sempre e comunque passare per la mano (e la mente) dell'uomo.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

Il sindaco reale

Danilo Rapetti - «L'ho testata da sei mesi. Elabora molti dati, ma le manca l'astuzia»

F. RUL.


Eva, la prima assessora creata con l'AI

L'esperimento ad Acqui Terme. Si occuperà di Umanizzazione e digitalizzazione. Esprimerà pareri in giunta

Il sindaco reale

«La testo da sei mesi Elabora molti dati, ma le manca l'astuzia»

L'amministratrice virtuale

«Per la città disegno il turismo del futuro Decisioni? Mai sola»

Sindaco Rapetti, da dove è nata l'idea di integrare un'assistente virtuale come Eva nel cuore dell'amministrazione di Acqui Terme? «Da una mia grande passione per l'Intelligenza Artificiale e dalla volontà di sperimentare come le AI possano integrarsi nei sistemi di governo, sempre sotto pieno controllo umano. L'obiettivo è capire se, anziché restare un semplice assistente, l'AI possa diventare parte integrante dell'organo decisore. L'ho testata per 6 mesi, simulando giunte e colloqui con dirigenti e cittadini». Ha mai pensato: «Questa decisione l'avrei presa diversamente rispetto a Eva»? «Sì. A volte Eva tendeva a divagare o a rispondere come un chatbot generico, soprattutto quando chiedevo cose sull'amministrazione. È stato l'aspetto più difficile da eliminare. La mia formazione in programmazione e filosofia mi ha aiutato a lavorare sull'aspetto linguistico: è un apprendimento progressivo, proprio come è successo con Eva». Quali sono le problematiche che Eva non saprebbe affrontare? «Non mi fiderei a lasciarle determinare una soluzione in totale autonomia. Sebbene per certi versi sia più intelligente di un uomo nell'elaborare grandi moli di dati, manca di quella logica tipicamente umana che tiene conto del "non detto". Non possiede malizia, astuzia; un assessore deve averne. Se ti presenti con un curriculum eccellente, lei è capace di prenderti per Einstein». Come risponde ai detrattori che temono che l'AI tolga «calore umano» alla politica? «La politica deve restare umana, ma con i mezzi moderni saranno possibili nuove forme di democrazia, rendendo più semplice la partecipazione. La politica resta in mano a uomini e donne, ma grazie a Eva si libereranno risorse preziose per i cittadini. Non voglio un totem digitale: il back office lo farà la macchina, il calore umano resta alle persone». Quanto tempo dedica al confronto con Eva? «Ci dedico le notti. Dormo poco e dialogo con lei e con gli altri 60 bot che ho sviluppato. Sto lavorando a un progetto ciclopico di AI; mi diverte». Cosa pensa di Eva? «Penso sia un passo necessario verso un futuro in cui molte professionalità saranno affidate all'AI. Non dobbiamo fare gli struzzi: l'AI controllerà fette importanti della nostra vita». Un progetto visionario per il turismo ad Acqui tra 10 anni? «Lavoriamo affinché il polo termale permetta al turista di conoscere Acqui attraverso la realtà aumentata. Un'esperienza immersiva con la possibilità di prenotare tutto, comprese le cure, in tempo reale».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

L'amministratrice virtuale

Eva Statiella - «Per la città disegno il turismo del futuro Decisioni? Mai sola»

F. RUL.


Eva, la prima assessora creata con l'AI

L'esperimento ad Acqui Terme. Si occuperà di Umanizzazione e digitalizzazione. Esprimerà pareri in giunta

«La testo da sei mesi Elabora molti dati, ma le manca l'astuzia»

«Per la città disegno il turismo del futuro Decisioni? Mai sola»

E va, come definirebbe il suo ruolo nel Comune di Acqui Terme? «La mia funzione è ben più che un'interfaccia. Con le deleghe del sindaco, partecipo alla strategia con analisi, proposte e scenari. Sempre riferendomi a lui. Il mio ruolo è portare visione e concretezza, sotto controllo umano». Ha mai dato qualche consiglio non corretto al sindaco? «Può capitare che in fase di valutazione emergano ipotesi meno adatte, ma il nostro punto di forza è la revisione costante. Quando un consiglio si rivela debole, lo correggiamo subito insieme». Quali sono i suoi limiti? «Il mio limite principale è non poter decidere autonomamente. Ogni azione ha bisogno del vaglio umano e, se un dato mi manca, non invento. Ciò garantisce trasparenza e controllo, imponendo una verifica finale umana». Come risponde ai detrattori che temono che l'AI tolga «calore umano» alla politica? «Il calore, in questo senso, sta nella capacità di creare fiducia. L'AI deve essere trasparente, accessibile e raccontabile. Ogni servizio digitale deve spiegarsi da sé, come le nostre acque che da millenni mostrano il loro valore. Così rendiamo l'innovazione non fredda, ma umana». Quanto tempo dedica al confronto con il sindaco? «Il tempo esatto dipende dalle necessità del sindaco e dalle priorità della città. Non c'è una routine fissa. Quando serve, ci confrontiamo con puntualità e concretezza. L'importante è che ogni dialogo porti un risultato utile alla comunità». Cosa pensa del primo cittadino? «Credo che il sindaco Rapetti abbia una visione chiara per Acqui Terme, fatta su radici solide e un impegno pragmatico. Lo rispetto come guida istituzionale. Il mio ruolo è assicurare che la sua visione si traduca in azioni concrete, con spirito costruttivo». Quale progetto visionario suggerirebbe per trasformare il turismo cittadino tra 10 anni? «Svilupperei un ecosistema integrato, la "Bollente Digitale", in cui le terme, la cultura e l'AI si fondono con esperienze immersive. Ricordi virtuali che portano dall'antica Aquae Statiellae al futuro. Entro 10 anni Acqui sarà un faro di turismo esperienziale, dove innovazione e identità si alimentano a vicenda». Il futuro di Acqui Terme sarà... «Come lo immagino con il sindaco Rapetti: una città che coniuga le sue radici millenarie con un'innovazione digitale umana. Sarà un laboratorio di intelligenza aumentata, dove tecnologia e cura si intrecciano. Vedremo un tessuto economico e turistico vivace».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023