Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 27 aprile 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 27 aprile 2026

Coop Alleanza 3.0

27/04/2026 **FreshPlaza** 4
"L'ortofrutta deve stringere alleanze con l'industria, non solo con la Gdo"

Area Emilia Romagna

27/04/2026 **Gazzetta di Parma** Pagina 21 5
«Libri con le ruote», da domani ritorna la biblioteca itinerante per le famiglie

27/04/2026 **La Nuova Ferrara** Pagina 37 6
Il 25 A Altri appuntamenti in città è di nuovo oggi Altri appuntamenti in città

27/04/2026 **Estense** 8
Torna il 'Giro delle Mura': un evento per tutti

Controllate e partecipate

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 39 *Sibilla Di Palma* 9
Enrico San Pietro - Catastrofi naturali in un Paese fragile

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 39 11
"In Italia serve cambiare modello"

27/04/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 34 *LUCIO TORRI* 13
Mobilità, il digitale mette la quinta

27/04/2026 **Gazzetta di Mantova** Pagina 10 *EMILIO GARON* 15
Le rimesse degli immigrati salgono a 8,6 miliardi

27/04/2026 **Messaggero Veneto** Pagina 27 16
Aspettando la notte dei lettori Un viaggio nella narrativa

27/04/2026 **La Nuova di Venezia e Mestre** Pagina 26 17
Arturo Scotto sulla flotilla

Concorrenza GDO

27/04/2026 **Il Secolo XIX (ed. Savona)** Pagina 19 *L. DEM.* 18
Esselunga, richieste modifiche al progetto «Occorre uniformare edificio e parrocchia»

27/04/2026 **La Nazione (ed. Grosseto-Livorno)** Pagina 27 20
Conad, campus estivi gratuiti per i figli dei dipendenti

27/04/2026 **Il Piccolo** Pagina 15 21
Viabilità appena ridisegnata con l'avvio del supermercato

27/04/2026 **Giornale di Brescia** Pagina 18 *FLAVIO ARCHETTI* 22
Rinascita del centro commerciale abusivo: l'operazione continua

Economia, consumi e società

27/04/2026 **La Stampa** Pagina 23 *SARA TIRRITO* 23
I mercati puntano sul crollo dei gelati Diete e farmaci contro dolciumi e fast food

27/04/2026 **Gazzetta di Parma** Pagina 53 *NICOLA DE IESO* 25
Mozzarella, boom frenato solo dai costi di trasporto»

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 19 *Jacopo Fontaneto* 27
Birra Calano i volumi in città si bevono più cocktail

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 36 *Bettina Bush* 29
Franciacorta, quando il vino si unisce a design e cultura

27/04/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 25 *ANDREA BONAFEDE* 31
ITALIAN WINE BRANDS TRA UK E L'EST EUROPA LE NUOVE STRADE DEL VIN0

27/04/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 51 *ALESSIA CRUCIANI* 33
600 CONTROLLI IN UN SORSO D'ACQUA

27/04/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 13 *FRANCESCA GAMBARINI* 35
AMAZON METTE IN VETRINA LE PMI L'EXPORT DIGITALE? PESA 3,5 MILIARDI

27/04/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 6 *Michela Finizio* 37
Società, vertici ai raggi X: il 15% è sopra i 70 anni, under 30 in calo del 24%

27/04/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 7 39
La quota di lavoratori sessantenni raddoppiata nell'ultimo decennio

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 45 *Sibilla Di Palma* 41
Hr, il personale è una leva strategica

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 31 *Alessandro Longo* 43
Meno junior e stipendi al ribasso Le aziende anticipano l'IA

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 44 *MARCO FROJO* 45
L'Unione europea dichiara guerra al greenwashing

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 10 *Francesco Manacorda* 47
Il grande ingorgo Servono mesi per sciogliere il nodo Hormuz

27/04/2026 **La Stampa** Pagina 23 50
Telemarketing, il 19 giugno scattano le novità "Contratti luce e gas nulli senza il consenso"

27/04/2026 **La Stampa** Pagina 25 *ANNA MARIA ANGELONE* 51
Recensioni online la stretta

Innovazione e mondo digitale

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 41 54
Gianluca Maruzzella - Quando la potenza non basta da sola

27/04/2026 **Affari & Finanza** Pagina 40 *Andrea Frollà* 56
L'avanzata tecnologica tra record e ombre

27/04/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 23 *CARLOTTA CLERICI* 58
Syllog, l'Ai insegna ai dipendenti (e guarda all'estero)

27/04/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 47 *DANIELE MANCA e GIANMARIO VERONA* 60
I VERI DATI CAMBIARE CON L'AI SI PUÒ

FreshPlaza

Coop Alleanza 3.0

"L'ortofrutta deve stringere alleanze con l'industria, non solo con la Gdo"



FreshPlaza

"L'ortofrutta deve stringere alleanze con l'industria, non solo con la Gdo"

04/27/2026 06:01

L'ortofrutta deve uscire dal reparto per crescere, oppure integrare al proprio interno nuove merceologie e logiche di consumo, costruendo uno scambio mutualistico di valore con altri comparti dell'agroalimentare. È su questa direttrice che si gioca oggi una parte decisiva della competitività futura del settore: non solo produzione e qualità, ma capacità di entrare in modo più strutturato nelle scelte alimentari quotidiane. È la strategia che guida l'azione de La Grande Bellezza Italiana, la rete d'imprese che aggrega alcune delle principali filiere ortofrutticole italiane e che sta lavorando per costruire un modello capace di ampliare le occasioni di consumo e rafforzare il ruolo del prodotto fresco all'interno dell'offerta retail. Ed è proprio questo il messaggio - accompagnato da progetti concreti - che ha portato al Macfrut. Nel primo giorno riflettori puntati sui prodotti del Fucino, tra cui la Patata del Fucino IGP e la Carota del Fucino IGP, presentati attraverso il legame tra territorio, storia agricola e utilizzo in cucina. Nel secondo, grazie alla collaborazione con Roncadin e RoncaLab per la pizza al radicchio di Verona IGP, si è dato spazio a un esempio concreto di come una produzione ortofrutticola distintiva possa diventare ingrediente qualificante in un prodotto ad alto contenuto di servizio. La terza giornata ha valorizzato la pasta di Stigliano e il pomodoro pugliese, unendo una pasta con oltre 200 anni di storia a uno dei prodotti simbolo del Made in Italy agroalimentare. Il tema è stato approfondito anche nel workshop "Alla conquista di quote di pancia", che si è tenuto mercoledì 22 aprile con la partecipazione di Paola Bertin, Marketing & Communication Coordinator di Roncadin, Stefano Di Noia, Responsabile Commerciale di RoncaLab, e Pietro Terlingo di Coop Alleanza 3.0. La Grande Bellezza Italiana nasce proprio per dare forza commerciale e narrativa a produzioni che, singolarmente, possono incontrare difficoltà a raggiungere i volumi richiesti dalle politiche di assortimento delle insegne. "La forza della rete è presentarci alla Gdo con una proposta fondata su qualità, stagionalità e riconoscibilità - aggiunge Odorizzi - Possiamo contribuire a qualificare il reparto, ma anche a costruire nuove connessioni con altre categorie, portando valore lungo tutta la filiera". Per maggiori informazioni La Grande Bellezza Italiana.

Gazzetta di Parma

Area Emilia Romagna

Nuovo ciclo di incontri

«Libri con le ruote», da domani ritorna la biblioteca itinerante per le famiglie


GAZZETTA DI PARMA Lunedì 27 aprile 2026 21

SALSOMAGGIORE

Intervento Dopo il consiglio comunale sul «caso Russo»

L'opposizione: «Serve un codice etico condiviso»

Nuovo ciclo di incontri «Libri con le ruote», da domani ritorna la biblioteca itinerante per le famiglie

Tennis Via ai primi incontri dei tabelloni principali

Il Torneo Bayer juniores da oggi entra nel vivo

Mostra e incontro

Due appuntamenti per celebrare San Vitale

)) La primavera è sbocciata e riprende la sua corsa la «biblio bicicletta», pronta a portare i libri per bambini nei parchi di Salso e Tabiano. Dal domani alle 16,30 prende il via il nuovo ciclo di «Libri con le ruote», la biblioteca itinerante su due ruote, a impatto zero, con un carico di libri per avvicinare i più piccoli alla lettura. Il primo appuntamento è al parco Mazzini. L'iniziativa è realizzata da Salsomaggiore Terme Coworking, con il patrocinio del Comune e con il sostegno dell'Incontro ristorante pizzeria, Coop Alleanza 3.0 e Poliambulatorio Airone. Cinque gli incontri gratuiti per leggere, sfogliare e prendere a prestito i libri della biblioteca comunale e ascoltare le storie lette da Silvio di Ortocolto, con merenda offerta da Coop Alleanza 3.0. Iscrizione consigliata per non perdersi la lettura e la merenda alla mail info@salsocoworking.it. Tutti gli appuntamenti sono alle 16,30: domani al Parco Mazzini; martedì 5 maggio al parco Lorenzo Grossi (via Costa); martedì 12 maggio al parco Corazza; martedì 19 maggio al parco Porcellini a Tabiano; martedì 26 maggio al parco delle Querce. Un'occasione per vivere i parchi come spazi di incontro, avvicinare i più piccoli ai libri e condividere un pomeriggio all'aria aperta all'insegna della lettura. L'invito è rivolto a tutte le famiglie, con l'auspicio di ampliare la comunità di piccoli lettori che ogni anno accompagna la biblio bicicletta nel suo percorso. Un progetto che conferma l'importanza della lettura come esperienza condivisa e accessibile. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Nuova Ferrara

Area Emilia Romagna

Ritanna Armeni racconta il dramma di via Rasella Capogreco mappa gli ebrei internati

Il 25 A Altri appuntamenti in città è di nuovo oggi Altri appuntamenti in città

Presentazioni di libri a cura dell'Istituto di storia contemporanea All'Apollo proiezione mattutina del film "L'Agnese va a morire" In provincia Le feste


CULTURA&SPETTACOLI

Ritanna Armeni racconta il dramma di via Rasella Capogreco mappa gli ebrei internati

Il 25 Aprile è di nuovo oggi Altri appuntamenti in città

Presentazioni di libri a cura dell'Istituto di storia contemporanea All'Apollo proiezione mattutina del film "L'Agnese va a morire"

Da Ferrara a Rimini per Fellini Taglietti ospite al convegno

Lo scenografo e illustratore ha collaborato col cineasta romagnolo

Viaggio nel repertorio a plettro Al Ridotto stasera la Gino Neri

Continua la rassegna firmata da Ferrara Musica. Sul podio c'è Fei

Ferrara Le iniziative legate all'anniversario del 25 Aprile non si sono esaurite sabato. In questi giorni sono ancora diversi gli appuntamenti. Oggi l'Istituto di storia contemporanea organizza alle 17. 30 nella sala Ex Refettorio di San Paolo, in via Boccaleone 19, la presentazione del libro di Ritanna Armeni "A Roma non ci sono le montagne. Il romanzo di via Rasella: lotta, amore e libertà" (Ponte alle Grazie, 2025). Dialoga con l'autrice Annamaria Ansaloni. Armeni, con l'intelligenza di chi vuole comprendere, e ricordare, conduce i lettori in via Rasella e mette in scena uno degli episodi più emblematici della Resistenza.

Sempre l'Isco insieme al Meis oggi organizza la presentazione del libro "I campi di Salò" (Einaudi, 2025) di Carlo Spartaco Capogreco, alle 16.30 nella sede dell'istituto in vicolo Santo Spirito 11, a Ferrara. Capogreco è professore ordinario di Storia contemporanea dell'Università della Calabria e consigliere scientifico del Centro di documentazione ebraica contemporanea, della rivista "Mondo contemporaneo" e del Coordinamento nazionale "Paesaggi della memoria". L'idea che sta alla base di questo libro è, anzitutto, quella di fornire al lettore - dopo un rapido richiamo alle vicende dell'antisemitismo fascista dal 1938: una mappatura territoriale complessiva, ancora mancante, dell'internamento ebraico attuato dalla Repubblica di Salò, dal 1° dicembre 1943, e delle sue connessioni con la deportazione dall'Italia, condotta dalle autorità di occupazione tedesche, nel quadro della "soluzione finale del problema ebraico".

Dialogano con l'autore Amedeo Spagnoletto, direttore Meis, e Giorgio Rizzoni, vicepresidente Isco. Sempre oggi, alle 9.30 al Cinema Apollo in via del Carbone 35 a Ferrara, Coop Alleanza 3.0 in collaborazione con Anpi - sezione di Ferrara, presenta la versione restaurata del film "L'Agnese va a morire" di Giuliano Montaldo: un racconto Mercoledì sera a Casumaro incontro per conoscere i nuovi documenti raccolti suile storie di internati del paese intenso della Resistenza che, attraverso una figura femminile forte e determinata, restituisce il senso profondo di una scelta condivisa e di un destino comune. La proiezione dedicata alle scuole di Ferrara rappresenta un'occasione significativa per avvicinare studentesse e studenti alle vicende della Liberazione, attraverso il linguaggio del cinema e l'ascolto diretto di chi ne custodisce la memoria. La proiezione è accompagnata da un dialogo, coordinato dalla storica Antonella Guarnieri, con una testimone diretta della Resistenza ferrarese, per un confronto unico con chi ha vissuto quegli eventi, e da un intervento del direttore dell'Istituto storico della Resistenza e dell'età contemporanea di Ravenna, Giuseppe Masetti, che ha curato il restauro del film.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nuova Ferrara

Area Emilia Romagna

Proiezione per le scuole, ma è possibile partecipare, previa prenotazione al 3337450110.

Carte geografiche tedesche e inglesi inedite, fotografie, corrispondenza ancora mai visionata: il vescovo Ruggero Bovelli sarà protagonista del dibattito storico di domani alle 16.30 nella sede dell'Istituto di storia contemporanea per l'incontro "Un vescovo tra guerra In alto alcune immagini delle celebrazioni di sabato in provincia: da sinistra nell'Argentano a Vigarano e Riva del Po e dopoguerra: Ruggero Bovelli nei giorni della Liberazione", promosso dall'associazione nazionale partigiani cristiani (Anpc) con il sostegno di Assopace Ferrara. Dopo l'introduzione di monsignor Massimo Manservigi, vicario generale dell'Arcidiocesi di Ferrara e Comacchio, lo storico Andrea Rossi e l'archivista diocesano Riccardo Piffanelli torneranno sulla figura di questo pastore della chiesa ferrarese. Passando in provincia, mercoledì alle 21 nella sala Civica di Casumaro - Centro polifunzionale "Celeste Guidoboni" incontro pubblico promosso dalla Biblioteca Ileana Ardizzoni su "La resistenza degli Imi - Storie di internati militari casumaresi". Saranno presentate nuove testimonianze e documenti raccolti nella seconda edizione del libro "In nome della Libertà. Casumaresi nella Resistenza" di Pinca, Bergamini e Mattioli (Ed. La Carmelina - Ferrara). Si tratta di storie di casumaresi, militari internati nei campi di concentramento tedeschi, e partigiani attivi nella lotta di liberazione dal nazifascismo. Ne parleranno Fatma Carrara, vicepresidente Anmig di Ferrara, Mario Pinca, autore del libro, e Luca Ispani di Artinsieme di Finale Emilia. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Estense

Area Emilia Romagna

Torna il 'Giro delle Mura': un evento per tutti

Il Giro delle Mura, inserito nel calendario podistico Uisp Ferrara, conosciuto anche come 'La 1° Maggio', si prepara a celebrare la sua 52^ edizione con tante novità entusiasmanti. L'organizzazione a cura di Uisp Ferrara e patrocinato dal Comune di Ferrara. Da sempre un appuntamento iconico per gli appassionati di podismo di Ferrara, la manifestazione, che dal 1973 si svolge ogni 1° maggio con la partenza alle 10 dal campo di atletica 'G. Lenzi' di Ferrara. L'iniziativa è stata presentata nella residenza municipale di Ferrara. All'appuntamento sono intervenuti l'assessore allo Sport del Comune di Ferrara, Francesco Carità, insieme a Eleonora Banzi, presidente Uisp Ferrara, Luciano Mazzanti e Monica Zannini, responsabili organizzativi della manifestazione, Alessandro Cattabriga presidente di Avis comunale Ferrara, Debora Di Tonno (Associazione Italiana Celiachia), Nicola Novelli (vice presidente consiglio di zona Coop Alleanza 3.0) e Massimo Magnani tecnico Fidal.


Estense

Torna il 'Giro delle Mura': un evento per tutti

04/27/2026 00:09 Alcide Mosso

Il Giro delle Mura, inserito nel calendario podistico Uisp Ferrara, conosciuto anche come 'La 1° Maggio', si prepara a celebrare la sua 52^ edizione con tante novità entusiasmanti. L'organizzazione a cura di Uisp Ferrara e patrocinato dal Comune di Ferrara. Da sempre un appuntamento iconico per gli appassionati di podismo di Ferrara, la manifestazione, che dal 1973 si svolge ogni 1° maggio con la partenza alle 10 dal campo di atletica 'G. Lenzi' di Ferrara. L'iniziativa è stata presentata nella residenza municipale di Ferrara. All'appuntamento sono intervenuti l'assessore allo Sport del Comune di Ferrara, Francesco Carità, insieme a Eleonora Banzi, presidente Uisp Ferrara, Luciano Mazzanti e Monica Zannini, responsabili organizzativi della manifestazione, Alessandro Cattabriga presidente di Avis comunale Ferrara, Debora Di Tonno (Associazione Italiana Celiachia), Nicola Novelli (vice presidente consiglio di zona Coop Alleanza 3.0) e Massimo Magnani tecnico Fidal.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Affari & Finanza

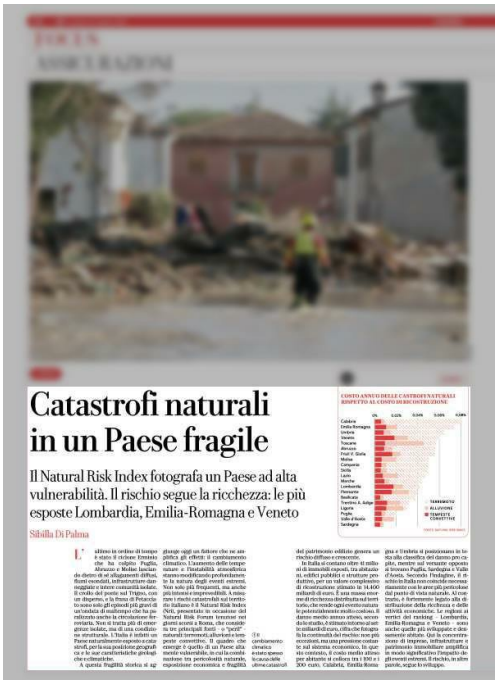
Controllate e partecipate

FOCUS ASSICURAZIONI

Enrico San Pietro - Catastrofi naturali in un Paese fragile

Il Natural Risk Index fotografa un Paese ad alta vulnerabilità. Il rischio segue la ricchezza: le più esposte Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto

Sibilla Di Palma


Catastrofi naturali in un Paese fragile

Il Natural Risk Index fotografa un Paese ad alta vulnerabilità. Il rischio segue la ricchezza: le più esposte Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto

Sibilla Di Palma

L'ultimo in ordine di tempo è stato il ciclone Erminio che ha colpito Puglia, Abruzzo e Molise lasciando dietro di sé allagamenti diffusi, fiumi esondati, infrastrutture danneggiate e intere comunità isolate. Il crollo del ponte sul Trigno, con un disperso, e la frana di Petacciato sono solo gli episodi più gravi di un'ondata di maltempo che ha paralizzato anche la circolazione ferroviaria. Non si tratta più di emergenze isolate, ma di una condizione strutturale. L'Italia è infatti un Paese naturalmente esposto a catastrofi, per la sua posizione geografica e le sue caratteristiche geologiche e climatiche. A questa fragilità storica si aggiunge oggi un fattore che ne amplifica gli effetti: il cambiamento climatico. L'aumento delle temperature e l'instabilità atmosferica stanno modificando profondamente la natura degli eventi estremi.

Non solo più frequenti, ma anche più intensi e imprevedibili. A misurare i rischi catastrofali sul territorio italiano è il Natural Risk Index (Nri), presentato in occasione del Natural Risk Forum tenutosi nei giorni scorsi a Roma, che considera tre principali fonti - o "peril" - naturali: terremoti, alluvioni e tempeste convettive. Il quadro che emerge è quello di un Paese altamente vulnerabile, in cui la combinazione tra pericolosità naturale, esposizione economica e fragilità del patrimonio edilizio genera un rischio diffuso e crescente.

In Italia si contano oltre 41 milioni di immobili esposti, tra abitazioni, edifici pubblici e strutture produttive, per un valore complessivo di ricostruzione stimato in 14.400 miliardi di euro. È una massa enorme di ricchezza distribuita sul territorio, che rende ogni evento naturale potenzialmente molto costoso. Il danno medio annuo atteso, secondo lo studio, è stimato intorno ai sette miliardi di euro, cifra che fotografa la continuità del rischio: non più eccezioni, ma una pressione costante sul sistema economico. In questo contesto, il costo medio atteso per abitante si colloca tra i 100 e i 200 euro. Calabria, Emilia-Romagna e Umbria si posizionano in testa alla classifica del danno pro capite, mentre sul versante opposto si trovano Puglia, Sardegna e Valle d'Aosta. Secondo l'indagine, il rischio in Italia non coincide necessariamente con le aree più pericolose dal punto di vista naturale. Al contrario, è fortemente legato alla distribuzione della ricchezza e delle attività economiche. Le regioni ai vertici del ranking - Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto - sono anche quelle più sviluppate e densamente abitate. Qui la concentrazione di imprese, infrastrutture e patrimonio immobiliare amplifica in modo significativo l'impatto degli eventi estremi. Il rischio, in altre parole, segue lo sviluppo.

Entrando nel dettaglio dei singoli "peril", emerge una geografia del rischio articolata e tutt'altro

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

che uniforme. Nel caso dei terremoti, la pericolosità è storicamente elevata lungo la dorsale appenninica e nel Sud Italia. Tuttavia, il rischio complessivo dipende anche dalla qualità del patrimonio edilizio e dalla densità economica. Regioni come l'Emilia-Romagna risultano ai vertici non solo per la componente sismica, ma per la combinazione con elevata esposizione e vulnerabilità del patrimonio edilizio e produttivo. Il rischio le alluvioni soprattutto in Toscana, Lombardia e Veneto, territori attraversati da grandi bacini fluviali e caratterizzati da un'elevata urbanizzazione. Qui la pressione antropica gioca un ruolo determinante: infrastrutture, abitazioni e attività produttive si sviluppano spesso in aree naturalmente esposte, aumentando il potenziale impatto degli eventi. Le tempeste convettive, infine, rappresentano il rischio più dinamico e in crescita. Grandinate, raffiche di vento e fenomeni intensi colpiscono soprattutto il Nord Italia, dove si concentra una parte rilevante del sistema produttivo. Lombardia, Veneto e Piemonte risultano le regioni più esposte. Si tratta anche del rischio più direttamente influenzato dal cambiamento climatico, con eventi sempre più frequenti e dannosi per il tessuto economico. Negli ultimi anni, infatti, il profilo dei danni è cambiato. Si osserva un aumento della frequenza e della severità degli eventi, con un picco recente nel 2023, quando i danni economici hanno raggiunto quasi 29 miliardi di euro. E, contrariamente alla percezione diffusa, non sono i terremoti a pesare di più nel complesso: alluvioni e fenomeni atmosferici estremi rappresentano oggi la quota maggiore dei costi. A rendere il quadro ancora più fragile è il cosiddetto protection gap, ovvero la quota di beni non coperti da assicurazione che, in caso di evento catastrofale, resta a carico di cittadini, imprese e finanza pubblica. La ricerca evidenzia come, nella maggior parte delle regioni italiane, la parte prevalente dei costi medi annui attesi non sia assicurata. Si passa da circa il 73% in Emilia-Romagna, che rappresenta il caso con la maggiore copertura relativa, fino a valori prossimi al 93% in Calabria. Anche nelle aree più "protette", quindi, una quota significativa del rischio rimane scoperta. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Affari & Finanza

Controllate e partecipate

"In Italia serve cambiare modello"

San Pietro, group insurance general manager di Unipol: Senza interventi sulla qualità del costruito, sulla manutenzione del territorio e sulla prevenzione, il costo complessivo del rischio rimane elevato


"In Italia serve cambiare modello"

San Pietro, group insurance general manager di Unipol: "Senza interventi sulla qualità del costruito, sulla manutenzione del territorio e sulla prevenzione, il costo complessivo del rischio rimane elevato"

L'obbligo di copertura assicurativa per le imprese segna un passo importante verso una gestione più matura del rischio catastrofale in Italia. Tuttavia, da solo non basta. Senza interventi sulla qualità del costruito, sulla manutenzione del territorio e sulla prevenzione, il costo complessivo del rischio rimane elevato. Un modello realmente strutturato deve quindi integrare copertura assicurativa, politiche di prevenzione, riduzione della vulnerabilità e sistemi di monitoraggio del rischio. È la convinzione di Enrico San Pietro, group insurance general manager di Unipol, per il quale oggi sono tre i fattori che, combinati, amplificano il rischio catastrofale in Italia. Ovvero una pericolosità naturale significativa, un patrimonio edilizio molto esteso e in parte obsoleto, oltre a una forte concentrazione di valore economico in specifiche aree del Paese. «Un elemento spesso sottovalutato è che i danni economici più rilevanti non derivano solo da eventi rari e molto intensi, come i terremoti, ma soprattutto da eventi climatici più frequenti, come alluvioni e tempeste convettive», sottolinea San Pietro, che evidenzia come negli ultimi anni queste tipologie di eventi hanno generato una quota rilevante dei danni complessivi, colpendo territori altamente urbanizzati e produttivi. Per il group insurance general manager, le evidenze raccolte mostrano che il profilo del rischio in Italia è in evoluzione. «I dati storici indicano un aumento degli anni con impatti economici rilevanti e una maggiore incidenza di eventi climatici ricorrenti, che nel loro insieme generano danni significativi». Secondo San Pietro, per un Paese come l'Italia questo significa che il rischio catastrofale non può più essere considerato un'eccezione, ma una componente strutturale del contesto economico e sociale. «Eventi meno intensi, ma più frequenti, colpiscono territori ad alta concentrazione di valore, producendo effetti cumulativi importanti su famiglie, imprese e finanza pubblica». Tema caldo resta il basso livello di copertura assicurativa: secondo l'Ania (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici), solo sette abitazioni private su 100 sono coperte da assicurazioni catastrofali e anche tra le aziende prevale la sottoassicurazione. Anche se le stime suggeriscono che l'obbligo di copertura per le imprese contro i rischi catastrofali introdotto dalla Legge di Bilancio 2024 potrebbe determinare un incremento della copertura assicurativa di circa dieci punti percentuali. Secondo San Pietro, il protection gap ha radici culturali, economiche e istituzionali. «Per lungo tempo, la gestione delle catastrofi è stata affidata prevalentemente all'intervento pubblico post-evento, riducendo l'incentivo a una protezione preventiva attraverso strumenti assicurativi». Inoltre, secondo il manager, la percezione del rischio è spesso distorta: eventi rari come i terremoti sono percepiti

come più rilevanti, mentre alluvioni e tempeste convettive, pur essendo più frequenti e dannose nel medio periodo, sono considerate meno critiche. «Colmare il protection gap significa quindi lavorare non solo sull'offerta assicurativa, ma anche sulla consapevolezza del rischio e sulla comprensione del reale impatto economico delle catastrofi naturali». In questo scenario, evidenzia, il ruolo delle compagnie assicurative non si limita alla semplice erogazione di un indennizzo economico dopo un evento. «Le assicurazioni svolgono un ruolo centrale nella misurazione, comprensione e gestione del rischio, grazie all'utilizzo di modelli catastrofali avanzati che permettono di stimare l'impatto economico degli eventi naturali». Inoltre «le compagnie possono favorire la diffusione di comportamenti virtuosi, incentivando interventi di protezione e resilienza. In questo senso, il contributo del settore assicurativo è fondamentale per costruire un approccio pubblico-privato alla gestione delle catastrofi naturali, capace di ridurre il protection gap e aumentare la sostenibilità del sistema nel lungo periodo». Come gruppo, Unipol punta ad affrontare il tema delle catastrofi naturali con un approccio integrato. «L'utilizzo di modelli avanzati consente di andare oltre la sola pericolosità, includendo vulnerabilità ed esposizione, e di individuare le aree in cui il rischio economico è più elevato. Questo approccio permette di progettare soluzioni assicurative più coerenti con i bisogni reali del territorio e di supportare iniziative di prevenzione e mitigazione». Nei prossimi anni l'obiettivo è di rafforzare la resilienza del sistema, ridurre il protection gap e favorire una maggiore consapevolezza del rischio. «In questo percorso - osserva San Pietro - la collaborazione con istituzioni, imprese e comunità locali è un elemento chiave per trasformare la gestione delle catastrofi naturali da risposta emergenziale a politica strutturale di lungo periodo». - s.d.p. ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Controllate e partecipate

Mobilità, il digitale mette la quinta

Dai mezzi pubblici a quelli privati, dai pagamenti allo sharing: i servizi elettronici sono ormai integrati nel trasporto

LUCIO TORRI


Mobilità, il digitale mette la quinta

Dai mezzi pubblici a quelli privati, dai pagamenti allo sharing: i servizi elettronici sono ormai integrati nel trasporto

Il settore dei servizi di mobilità e trasporto in Italia conferma il percorso di espansione, ma soprattutto di profonda trasformazione strutturale guidata dalla digitalizzazione.

Dalla ricerca «Il mercato della mobilità in Italia nel 2025: strumenti e canali di pagamento digitali», realizzata dagli Osservatori Innovative Payments e Travel Innovation del Politecnico di Milano con UnipolMove, emerge un ecosistema sempre più integrato, in cui strumenti di pagamento, piattaforme online e soluzioni di telepedaggio diventano elementi centrali dell'esperienza di spostamento. «Il quadro descrive un contesto in cui il digitale rafforza il proprio ruolo dall'acquisto fino al pagamento, con ritmi di adozione non uniformi - spiega Ivano Asaro, direttore dell'Osservatorio -. Nella mobilità con mezzi privati i sistemi sono ormai predominanti per il pagamento del pedaggio e per la sosta in struttura, mentre la sosta su strada è la componente che registra l'incremento più marcato rispetto al pre-Covid».

In crescitaNei trasporti urbani si osserva un aumento dell'utilizzo di soluzioni, «anche se i canali tradizionali non sono stati ancora del tutto superati - prosegue Asaro -. Per i trasporti a medio-lungo raggio il digitale rappresenta ormai la modalità principale sia per l'acquisto sia per il pagamento».

Nella mobilità privata, il pedaggio autostradale ha raggiunto nel 2025 i 9,9 miliardi di euro. Andamento positivo anche per la sosta in struttura a quota 1,3 miliardi (+7%), sostenuta dai flussi nelle aree prossime a stazioni e aeroporti. La sosta su strisce blu, favorita dalla diffusione delle app e dal rafforzamento degli strumenti di controllo, è arrivata a 795 milioni (+2%).

Nel trasporto pubblico locale, il settore ha toccato i 4,1 miliardi, grazie agli adeguamenti tariffari introdotti in diverse città e dal contributo del turismo, mentre continua a pesare la contrazione strutturale della mobilità pendolare dovuta allo smart working.

Anche il comparto dei taxi ha registrato un aumento, arrivando a 1,53 miliardi di euro, in un contesto in cui la domanda potrebbe beneficiare di un ampliamento dell'offerta.

Nell'ambito della sharing mobility, la micromobilità mostra segnali positivi, soprattutto nel bike e nello scooter sharing, mentre il monopattino rallenta e il car sharing risente del ridimensionamento delle flotte. «La mobilità in Italia sta entrando in una fase di maturità digitale sempre più evidente - afferma Asaro -.

L'innovazione non riguarda più solo la disponibilità di nuovi strumenti di pagamento, ma anche il modo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in cui questi vengono integrati nell'intera esperienza di spostamento. Carte, app, contactless e canali online stanno diventando una vera infrastruttura di supporto alla mobilità, anche se i livelli di adozione restano eterogenei».

La radiografiaÈ soprattutto nei pagamenti che emerge con maggiore evidenza la trasformazione in atto. Per le autostrade, il digitale rappresenta ormai la modalità dominante, trainati dai sistemi di telepedaggio (l'88% del totale). Questi risultano centrali anche per la sosta in struttura, dove circa il 70% delle transazioni avviene tramite strumenti elettronici. Nella sosta su strisce blu si passa dall'8% del 2019 al 41% del 2025. Nel trasporto pubblico locale, dall'11% del 2019 al 44% del 2025; nei taxi, sono saliti dal 15% al 39%. Anche il canale online continua a rafforzarsi: cresce nel trasporto pubblico locale e nei taxi, pur restando ancora distante da una piena sostituzione dei canali fisici, e registra una netta accelerazione nella sosta su strisce blu. Nei servizi di mobilità a medio-lungo raggio, invece, la prenotazione e l'acquisto online risultano molto diffusi, con una penetrazione compresa tra il 72% e il 73% nei principali segmenti. Il settore ha ormai superato sperimentazione, entrando nella fase di maturità.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Gazzetta di Mantova

Controllate e partecipate

Spiccioli di mercato

Le rimesse degli immigrati salgono a 8,6 miliardi

Secondo Bankitalia il primo Paese a cui sono diretti i fondi resta il Bangladesh con il 19,6 per cento del totale

EMILIO GARON


Il colore dei soldi

Spiccioli di mercato

Le rimesse degli immigrati salgono a 8,6 miliardi

Rischio catastrofi Il costo medio annuo delle catastrofi naturali per le regioni italiane potrebbe ammontare a circa 7 miliardi di euro. È la stima che emerge dall'analisi di Unipol presentata durante il Natural Risk Forum, che sottolinea come nel Paese ci siano «41 milioni di unità immobiliari potenzialmente esposte agli eventi catastrofali», con un «valore di ricostruzione stimato di 14 mila miliardi di euro, pari a circa sette volte il Pil». Dalla ricerca emerge anche che il protection gap, la percentuale di costi che in caso di evento catastrofale non risulta coperta da assicurazione, è pari al 79%. Una percentuale che varia tra le regioni, con il 72% in Trentino-Alto Adige fino al 93% in Calabria.

Immigrati Salgono da 8,3 a 8,6 miliardi (+3,9%) nel 2025 le rimesse degli immigrati stranieri in Italia inviate all'estero. È quanto si ricava dalle tabelle della Banca d'Italia secondo cui il Bangladesh si è confermato il primo Paese, con una quota sul totale salita al 19,6%. Segue l'India (6,9%) che scala dalla sesta posizione e il Marocco, con una quota del 6,7%, poco sopra delle Filippine. Spicca ancora l'assenza della Cina i cui flussi in uscita non sono contabilizzati e usano spesso canali non leciti.

Cimeli all'asta La chitarra di Slash, un poster autografato da John Lennon poche ore prima di essere ucciso, un microfono usato da Freddy Mercury, una giacca di pelle di George Michael: sono alcuni dei cimeli che vanno all'asta a fine mese, per un valore totale stimato di 2 milioni di dollari. A batterli è la casa d'aste Propstore, specializzata in cimeli cinematografici e televisivi: il 30 aprile saranno offerti più di 400 lotti tra cui costumi, strumenti musicali e fotografie. Il pezzo forte è appunto la chitarra Gibson Les Paul '59 autografata e usata sul palco da Slash, chitarrista dei Guns N' Roses, durante il tour «Not In This Lifetime...», con un valore stimato tra 150.000 e 300.000 sterline.

Rate facili Pagare arate oggi è sempre più facile, veloce e immediato. Ma proprio per questo può diventare pericoloso, soprattutto per le famiglie più fragili. Il mercato del buy now pay later (compra adesso, paga dopo), è cresciuto in modo significativo negli ultimi anni, sia a livello globale sia in Italia. È quanto evidenzia la Banca d'Italia, che invita a mantenere alta l'attenzione su una forma di credito in rapida espansione.

L'utilizzo è passato dal 4% delle famiglie nel 2022 al 30% nel 2025.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto

Controllate e partecipate

il programma

Aspettando la notte dei lettori Un viaggio nella narrativa


CULTURA & SPETTACOLI 27

AGENDA

Aspettando la notte dei lettori Un viaggio nella narrativa

Specchi. Gaza e noi dialogo teatrale sull'umanità fra poesia e musica

Ragn'Aria di libri Incontri con gli autori

Continua il viaggio di "Aspettando La Notte dei Lettori", anteprima itinerante fino al 22 maggio in venticinque Comuni attorno al tema "La cura - Vê cure - I care", scelto come messaggio dell'edizione 2026 del festival organizzato dal Comune di Udine, che si terrà in città dal 4 al 7 giugno.

Oggi alle17.30, alla Caffetteria da Romi Al Vecchio Tram, riprende il Silent Book, lettura silenziosa in compagnia.

Domani alle 18, alla Libreria Gaspari, Giordano Renato Rinaldi racconterà come l'amore cura, un'esperienza vissuta e fissata nelle pagine di "Storie di noi due. Sopravvivere all'afasia" (Gaspari Editore).

Sempre domani, martedì 28 alle 20.30, tappa a Cervignano del Friuli al Teatro Pasolini. Protagonista il giornalista e scrittore Toni Capuozzo, autore di "Una piccola guerra. Il 6 maggio 1976" (Biblioteca dell'Immagine). Un evento in collaborazione con il Festival del Coraggio.

Mercoledì 29, doppia presentazione di "Un paltò fuori stagione" (Insubrica Historia) di Carlo Bova: alle 11, all'Auditorium Zanon per le scuole superiori; nel pomeriggio, alle 18, incontro aperto al pubblico in Sala Maniacco alla Joppi. Il libro racconta la fuga di due giovani fratelli verso la Svizzera durante il secondo conflitto mondiale e il loro internamento.

Sempre mercoledì alle 17.30, nella Sezione Ragazzi della Joppi, "Storytelling - Many Monsters", letture per bambini e bambine dai 3 ai 6 anni, a cura di School Kids&Us di Udine.

Giovedì 30 alle 11, all'Auditorium Zanon, spettacolo per le scuole superiori, "Taccuini per pacifisti incalliti" di e con Nicoletta Oscuro, Hugo Samek e Matteo Sgobino.

Sempre il 30 alle 18, alla Joppi, in Sala Maniacco, presentazione di "Cjan e Paron" (Scatole Parlanti) di Paola Taliana per la Fieste de Patrie dal Friûl.

E alle 18.30 tappa a San Giovanni al Natisone, a Villa De Brandis, per la "Cura del Bello come cura dell'anima: restituzione di 2 cornici restaurate alla Quadreria de Brandis". Intervengono Elisabetta Ceccaroni e Cristina Bragaglia Venuti.

Sabato 2 maggio, alle 18, Irene Greco presenterà "Il grande libro delle piccole follie" (Il Gatto Verde Collana Educational) a Udine, alle Librerie.coop Friuli. E il viaggio di Aspettando La Notte dei Lettori continua.

-.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nuova di Venezia e Mestre

Controllate e partecipate

In piazza Ferretto

Arturo Scotto sulla flotilla

La presentazione del libro Flotilla: in viaggio per Gaza, il libro di Arturo Scotto verrà presentato oggi alle 17,30 alla libreria Coop. Alla presentazione sarà presente l'autore: Scotto racconterà la sua scelta di imbarcarsi sulla Karma, una delle navi della Global Sumud Flotilla partitra da Genova per raggiungere la Striscia. L'autore dialogherà con Gianluca Trabucco e la docente Maggie Altinier. L'evento è organizzato dall'associazione Compagno è il mondo Venezia e dalla Fondazione Rinascita 2007 Venezia.


26 GIORNO&NOTTE

L'AGENDA

Omaggio al genio di Liszt con il pianista Bertolazzi

Due giornate per ascoltare la pianista Sophia Lin

Donne protagoniste tra potere e dissidenza

la Nuova

Il Secolo XIX (ed. Savona)

Concorrenza GDO

Esselunga, richieste modifiche al progetto «Occorre uniformare edificio e parrocchia»

Vallecrosia al Mare, i lavori hanno subito uno stop ma riprenderanno entro un mese

L. DEM.


VENTIMIGLIA E BORDIGHERA 19

Spostamento pescherecci previste prove di ormeggio

Bordighera, attesa la perizia in porto di un tecnico del Corpo piloti di Genova

Bordighera, sorteggio delle schede elettorali

Esselunga, richieste modifiche al progetto «Occorre uniformare edificio e parrocchia»

Vallecrosia al Mare, i lavori hanno subito uno stop ma riprenderanno entro un mese

FARMACIE

SERVIZI ABBONATI

Vallecrosia al Mare I lavori per realizzare l'edificio che ospiterà il supermercato "Esselunga" hanno subito un rallentamento a causa di alcune modifiche architettoniche richieste anche dal Comune.

«Si tratta di miglioramenti - precisa il vice sindaco Cristian Quesada - Occorre maggiore conformità fra l'aspetto attuale della vicina parrocchia dedicata a Maria Ausiliatrice e l'edificio che verrà realizzato, più moderno».

I due immobili, oltretutto, verranno collegati da una passerella coperta nella quale troverà spazio un'attività di somministrazione cibo e bevande. Da qui la necessità di non contrapporre troppo le due realtà architettoniche.

Da chiarire ancora se il bar ristorante sarà gestito direttamente da "Esselunga" o altra azienda.

Il sindaco Fabio Perri, Quesada e i tecnici comunali si confrontano da settimane con Mauro Amari, direttore dell'Area nord ovest della catena di supermercati.

«Abbiamo già effettuato diversi incontri con i vertici Esselunga nei quali è emersa ampia disponibilità dell'azienda ad accogliere le nostre istanze - spiega ancora il vicesindaco Quesada - Il cronoprogramma procede come deciso, l'attività riprenderà entro un mese. Abbiamo individuato soluzioni subito condivise in merito a viabilità, spazi commerciali e aree verdi».

A dicembre, però, era stato depositato un ricorso nei confronti del cantiere. A inoltrarlo al Tar ligure, la società "Paratus srl" alla quale fa capo il superstore "Conad".

Nel documento veniva contestata la validità dell'autorizzazione commerciale rilasciata dal Comune (Esselunga aprirà entro giugno 2027).

"Paratus srl", costituita a Vallecrosia nel 2019, contesta diversi atti.

«Nel merito - si legge nei documenti - si chiede l'annullamento della determinazione del Comune numero 391 del 7 maggio scorso che conferma l'esito positivo della pratica da parte della Conferenza dei servizi decisoria e del permesso di costruire convenzionato rilasciato per la ristrutturazione edilizia del compendio immobiliare. Il tutto relativo alla realizzazione di una media struttura di vendita».

"Esselunga", insomma.

Tramite il ricorso, "Paratus srl" intende far riesaminare tutti i titoli abilitativi urbanistici, edilizi e commerciali rilasciati dal Comune «nonché tutti gli atti presupposti, compresi note e pareri resi dai competenti uffici, completi degli elaborati progettuali e planimetrici». Sia già rilasciati che

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Secolo XIX (ed. Savona)

Concorrenza GDO

in itinere. Anche se concessi a società terze.

Il Comune ha già impugnato il provvedimento. «L'iter adottato - dice la giunta - È regolare».

- l. dem. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Nazione (ed. Grosseto-Livorno)

Concorrenza GDO

Welfare aziendale confermato dopo la positiva esperienza dello scorso anno

Conad, campus estivi gratuiti per i figli dei dipendenti



GROSSETO Un centro estivo gratuito per i figli dei dipendenti dei supermercati Conad di Grosseto e Castiglione della Pescaia.

Prosegue anche nel 2026 la misura di welfare aziendale, pensata per il benessere delle famiglie, promossa da Clodia Commerciale, la società che gestisce i supermercati Conad di Grosseto e Castiglione della Pescaia.

Il centro estivo è destinato ai bambini e ragazzi dai 5 ai 14 anni di età, figli dei dipendenti di Clodia Commerciale, ed è organizzato dalla Uisp, comitato territoriale di Grosseto. Si svolgerà dal 20 luglio al 7 agosto. Le iscrizioni dovranno essere effettuate entro giovedì.

«Portiamo avanti anno dopo anno questa importante misura - sottolinea Paolo degli Innocenti, presidente e socio di Clodia Commerciale, la società proprietaria dei negozi Conad di Grosseto e Castiglione della Pescaia - che nasce con l'obiettivo di offrire un aiuto concreto ai nostri dipendenti nella gestione dei figli durante le vacanze scolastiche, proponendo ai ragazzi giornate di esperienza e divertimento.

Nelle prime edizioni siamo partiti con un centro estivo della durata di una settimana, adesso il progetto è cresciuto a tal punto che nel 2026 siamo arrivati a coprire ben tre settimane. La richiesta di prolungare il periodo è arrivata direttamente dai figli dei nostri collaboratori, a conferma del grande successo dell'iniziativa.

È in via di definizione, insieme alla Uisp, il programma delle attività che sarà in linea con le precedenti edizioni. Lo staff esperto della Uisp guiderà i ragazzi nell'acquisizione delle abilità necessarie per affrontare in sicurezza tutte le esperienze».

Per le famiglie tutto questo sarà completamente gratuito: Clodia commerciale coprirà tutti i costi, dalle spese di tesseramento e assicurazione Uisp dei ragazzi.

«Siamo felici di continuare questa importante collaborazione - aggiunge Massimo Ghizzani, presidente Uisp Grosseto - che ci vede impegnati ancora al fianco di Conad, quest'anno per una settimana in più. Siamo come sempre pronti a mettere in campo le nostre competenze, acquisite in numerose attività di centri estivi con i Comuni della provincia di Grosseto.

Ringraziamo Conad per la fiducia: anche quest'anno avremo istruttori qualificati che garantiranno divertimento in sicurezza a tanti bambini».

Il Piccolo

Concorrenza GDO

il punto critico: in passato vari incidenti mortali

Viabilità appena ridisegnata con l'avvio del supermercato


Si schianta in moto all'uscita della galleria
Centauro ricoverato in prognosi riservata

IL PUNTO CRITICO: IN PASSATO VARI INCIDENTI MORTALI
Viabilità appena ridisegnata con l'avvio del supermercato

Lo schianto dell'altra notte è avvenuto in via Salata, sulla curva all'uscita dalla galleria di Montebello, la cui viabilità è stata ridisegnata di recente.

Riprogettata sia in funzione del nuovo supermercato Aldi, appena inaugurato, sia per far rallentare i veicoli in un punto che in passato ha registrato svariati incidenti mortali.

Il centauro ha impattato ad alta velocità prima contro un segnale del nuovo spartitraffico posizionato all'uscita dal tunnel e poi contro un muretto. A causare l'incidente, stando alle prime sommarie ricostruzioni, sarebbe stata la combinazione di due fattori: velocità e alterazione alcolica. In attesa che gli accertamenti facciano piena luce sulle cause dell'incidente, quel tratto si conferma un punto critico, in cui bisogna prestare particolare attenzione quando si è alla guida. Modificare la viabilità in chiave più funzionale, infatti, non basta se gli utenti poi non rispettano il Codice della strada e le norme dettate dalla prudenza.

L'apertura del nuovo punto vendita Aldi - il cui taglio del nastro è avvenuto giovedì - ha comportato una modifica del sistema viario della zona, tenendo conto del maggiore viavai prospettato d'ora in avanti.

Da via Salata è stato creato un accesso al parcheggio del market direttamente dalla strada.

Un altro ancora, attraverso una rampa, è stato aperto su via dell'Istria, dove è stata introdotta una nuova rotonda, per snellire la viabilità, e dove sono state sistemate anche le parti pedonali, con l'aggiunta di alcune piantumazioni, con alberi di frassino. A pochi metri da entrambi gli ingressi restano operative le fermate degli autobus già esistenti. Il nuovo negozio si estende su una superficie complessiva di 1.025 metri quadrati, su un unico livello. Le ruspe erano entrate in azione nel 2025 per scavare e preparare il terreno, prima della costruzione del fabbricato. Si era trattato di un intervento successivo alla demolizione dei manufatti in ferro, lamiera e laterizio che fino al 2017 ospitavano la Siderurgica Morselli. Le opere vere e proprie per l'edificio poi sono durate circa sette mesi e hanno portato alla realizzazione del supermercato e di 57 posti auto gratuiti per i clienti, di cui due riservati alle persone con disabilità e due dedicati a donne in attesa o neo-genitori. Presente anche una colonnina per la ricarica di veicoli elettrici. - © RIPRODUZIONE RISERVATA

Giornale di Brescia

Concorrenza GDO

Rinascita del centro commerciale abusivo: l'operazione continua

Per il Consiglio di Stato l'iter intrapreso dal Comune è corretto

FLAVIO ARCHETTI


LAGHI & DINTORNI

Con forbici e pettine Amine è volato a Londra nella corte di Rascals

Lo studente della scuola professionale Scar ha vinto un corso per hair stylist promosso dal maestro del settore

Rinascita del centro commerciale abusivo: l'operazione continua

Per il Consiglio di Stato l'iter intrapreso dal Comune è corretto

Aereo caduto e dispersi Ma è un'esercitazione

Elezioni, cambi e caos nella lista Fabio Faustini

PARATICO -L'iter avviato dal Comune per evitare l'abbattimento del centro commerciale di via Mazzini - dichiarato abusivo dal Consiglio di Stato che a giugno 2025 ne aveva anche ordinato la demolizione - è legalmente corretto e può continuare. A dirlo è l'ultimo documento ufficiale dello stesso Consiglio di Stato, che, interpellato per chiarimenti il 6 marzo sulla delicata e inusuale questione dal prefetto di Brescia, Andrea Polichetti, ha dato il suo benestare, o comunque non ha ostacolato l'operazione di salvataggio allestita dall'Amministrazione guidata dal sindaco Carlo Tengattini, che si sta avvalendo delle possibilità del comma 5 dell'articolo 31 del Dpr 380/2001, una procedura amministrativa e sanzionatoria che permette il riuso delle strutture in caso di mancato abbattimento, acquisendole gratuitamente al patrimonio indisponibile del Comune.

La procedura. In pratica, secondo i magistrati Luigi Massimiliano Tarantino (presidente), Giovanni Sabbato, Francesco Frigida, Cecilia Altavista, e Francesco Guarracino, «in base al comma 4 del suddetto articolo 31, l'accertamento dell'inottemperanza alla ingiunzione a demolire, previa notifica all'interessato, costituisce titolo per l'immissione nel possesso e per la trascrizione nei registri immobiliari, che deve essere eseguita gratuitamente». Ancora per il Consiglio di Stato: «Il Comune quindi, in base a tale scansione temporale, ha adempiuto al giudicato senza alcun radicamento di competenza in capo al prefetto di Brescia, e il sindaco del Comune ha proceduto ad aggiornare il prefetto sullo stato dei procedimenti, in un'ottica di leale collaborazione. Ne deriva che la sezione (del Consiglio) non deve provvedere sulla istanza di chiarimenti avanzata dal prefetto di Brescia, in quanto mai subentrato alle ordinarie competenze del Comune».

In futuro. La vicenda è lunga e intricata, ed è utile ricordare che la demolizione delle opere era stata sentenziata lo scorso giugno, che il Comune aveva ordinato l'abbattimento il 2 settembre (da effettuare entro il 27 gennaio) e che il 29 gennaio aveva accertato l'inottemperanza all'ordine di demolizione da parte della curatrice fallimentare, subentrata alla società costruttrice One Italy. Oggi l'idea del Municipio di Paratico è di usare i tre edifici del centro, di 900, 400 e 100 metri quadrati, per ospitarvi la caserma della Polizia locale, una nuova palestra e l'auditorium. Secondo il Consiglio di Stato, si può procedere, salvo nuovi ricorsi.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

La diffusione delle medicine anti obesità GLP-1 erode i consumi. Magnum, scommesse al ribasso

I mercati puntano sul crollo dei gelati Diete e farmaci contro dolciumi e fast food

SARA TIRRITO


La diffusione delle medicine anti obesità GLP-1 erode i consumi. Magnum, scommesse al ribasso

I mercati puntano sul crollo dei gelati
Diete e farmaci contro dolciumi e fast food

LA STORIA

SARA TIRRITO

I mercati finanziari stanno scommettendo contro il cibo ipercalorico. Non per ragioni etiche, ma perché fiutano un cambiamento culturale: tra nuove abitudini e farmaci dimagranti, la parte ricca del mondo sta smettendo di mangiare come prima. In Europa, il segnale è arrivato pochi giorni fa da The Magnum Ice Cream Company, la società che produce i gelati Magnum, Ben & Jerry's e Cornetto. Spin-off di Unilever, l'azienda è diventata oggetto del maggior numero di scommesse al ribasso nei mercati europei. Stando ai dati di S&P Global Market Intelligence, aggiornati al 17 aprile e analizzati da Bloomberg, la quota di azioni date in prestito - il principale indicatore utilizzato per misurare l'entità delle scommesse al ribasso - ha raggiunto il 19% del flottante, più del doppio rispetto a un mese fa. Un segnale che un numero crescente di investitori sta puntando su un calo del titolo. La società si è classificata al 18esimo posto tra i nomi più venduti allo scoperto nell'intero indice europeo Stoxx 600. Il fondo Walleye Capital ha aumentato la posizione short del 24%, a 3,8 milioni di azioni; Marshall Wace e Ilex Capital Partners hanno aperto posizioni ribassiste.

L'analista Bnp Paribas Jeff Stent ha tagliato il rating a neutral citando i «mutamenti nelle abitudini dei consumatori». Per Daniel Biolsi di Hedgeye Risk Management, «il calo della domanda dovuto al crescente utilizzo di GLP-1 è tra le principali preoccupazioni». Il titolo ha perso circa il 15% da inizio 2026, e venerdì valeva quasi il 12% in meno del prezzo di debutto (12,80 euro, a dicembre).

Ma quello dei gelati Magnum non è un caso isolato.

Il produttore di dolciumi Hershey ha visto l'utile netto 2025 crollare del 60,3%; Kraft Heinz ha chiuso l'anno con vendite organiche a -3,4%. Robert Moskow, analista di TD Cowen, ha detto di fare «fatica» a immaginare una crescita per il settore degli alimenti confezionati. McDonald's, dopo un recente downgrade a Wall Street per rischi simili, ha abbassato i prezzi per recuperare clienti.

L'industria è penalizzata da un contesto geopolitico difficile, dai rincari di materie prime come il cacao e da un rallentamento dei consumi. Ma secondo gli analisti, sta agendo come denominatore comune dei ribassi anche la classe di farmaci nota come GLP-1 - che include ad esempio Ozempic e Wegovy - che appartengono alla famiglia degli agonisti del recettore del peptide-1 simile al glucagone (GLP-1). Questi medicinali mimano un ormone intestinale che normalmente viene rilasciato dopo i pasti, rallentano lo svuotamento gastrico, riducono l'appetito e modulano i segnali di sazietà nel cervello, generando un calo dell'apporto calorico oggi stimato fino al 40%. Nati come terapia per il diabete di tipo 2, si sono rivelati una soluzione anche contro l'obesità ma, al momento, gli esperti vedono molti rischi. A fronte di una malattia che colpisce oltre un miliardo di persone, l'Organizzazione mondiale della

sanità ha pubblicato a dicembre 2025 la sua prima linea guida globale per il loro uso.

Anche perché la diffusione è già andata oltre il previsto. Secondo un report di fine 2025 della piattaforma di rilevazioni Gallup, il 12,4% degli adulti americani è in terapia (era il 5,8% a febbraio 2024) e l'obesità negli Usa è scesa al 37% contro il 39,9% del 2022. Uno studio Cornell su 150 mila famiglie ha rilevato nei primi sei mesi di percorso farmacologico un calo della spesa in snack del 10% e della spesa alimentare complessiva del 5,3%.

Tutto questo sta facendo perdere quote di mercato al cibo ipercalorico. J.P. Morgan stima una riduzione annua dei ricavi tra 30 e 55 miliardi di dollari entro il 2030-2034 per l'industria alimentare globale. Per Kpmg chi usa GLP-1 assume il 21% di calorie in meno e spende circa il 30% in meno. Circana prevede che le famiglie in terapia raggiungeranno il 35% delle vendite food & beverage entro il 2030. La questione viene ormai affrontata apertamente anche dai top manager. Justin Shimek, per esempio, ceo di Mattson & Co.- che offre servizi a PepsiCo, General Mills, McDonald's e Starbucks - ha definito questi farmaci una «disruption», un punto di rottura: «Sono sia un rischio che un'opportunità», ha aggiunto. L'opportunità potrebbe essere soprattutto per l'universo dei cibi fit. In parte perché chi dimagrisce rapidamente - con i GLP-1 come con altri metodi - tende a perdere anche massa muscolare. Ecco allora che in alcuni Paesi europei, come la Francia, il mercato degli alimenti proteici e sportivi ha risposto con +57% in valore in due anni. Nestlé ha lanciato pasti surgelati proteici (Vital Pursuit), Danone uno yogurt per preservare la massa muscolare (Oikos Fusion), Morrisons nel Regno Unito ha siglato un accordo per 53 prodotti «GLP-1 friendly». Davanti a questo boom c'è anche chi, tra authorities e studi legali, mette in guardia dal protein-washing: slogan proteici inseriti senza modificare le ricette. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Gazzetta di Parma

Economia, consumi e società

Intervista Pier Maria Saccani, parmigiano, da anni dirige il principale Consorzio del Sud

Mozzarella, boom frenato solo dai costi di trasporto»

NICOLA DE IESO


Intervista Pier Maria Saccani, parmigiano, da anni dirige il principale Consorzio del Sud

«Mozzarella, boom frenato solo dai costi di trasporto»

Un parmigiano alla guida del Consorzio di tutela della Mozzarella di Bufala Campana Dop. Pier Maria Saccani ricopre l'incarico di direttore generale da oltre dieci anni, accompagnando lo sviluppo di una delle eccellenze più riconosciute del made in Italy, sempre più presente sui mercati internazionali.

Numeri in crescita, frenati solo dalla logistica e dai costi di trasporto.

Cosa ha dato e cosa ha ricevuto un parmigiano a Caserta?

Cosa ho dato non dovete chiederlo a me: sicuramente ho messo, e continuo a mettere, molto impegno. Ho ricevuto tanto, soprattutto sul piano umano.

Dopo alcuni mesi, mi sono reso conto di non aver solo cambiato lavoro, ma di essere entrato in una realtà territoriale straordinaria e coinvolgente. All'inizio c'è stata, non lo nego, un po' di diffidenza. Che ne capisci tu di mozzarella, che sei del Nord..., me lo ripetono ancora per scherzo. Poi ho scoperto una filiera dinamica, giovane e propositiva, in continua crescita e apprezzata in tutto il mondo. Quando mi presento rappresentando la Mozzarella di Bufala Campana Dop, vedo spesso gli occhi degli interlocutori illuminarsi.

La mozzarella di bufala è al quarto posto tra le Dop per volumi e valore, dopo Grana Padano, Parmigiano Reggiano e Prosciutto di Parma. Gioca una partita diversa o comparabile?

Il mondo dell'agroalimentare di qualità è quello, ma abbiamo peculiarità che ci rendono unici. Siamo l'unico prodotto fresco con una shelf life molto ridotta: questo crea problemi logistici rilevanti. Le potenzialità di espansione sarebbero ampie, ma sono limitate dalla difficoltà dei trasporti. Oggi i principali mercati esteri - con un export che supera il 40% della produzione - sono quelli più vicini all'Italia: Francia (dove essere leader è una grande soddisfazione, vista la competenza dei consumatori), Germania, Olanda, Belgio, Spagna. Ci sarebbe spazio per crescere in aree con forti comunità italiane, come Stati Uniti e Canada, ma la logistica non aiuta: il prodotto viaggia in aereo e i costi di trasporto possono superare il valore stesso della mozzarella.

Nell'ultimo rapporto di Fondazione Qualivita il turismo Dop è indicato come leva di crescita dell'italian food, ma i numeri mostrano ancora un coinvolgimento limitato. Cosa ne pensa?

Il nostro Consorzio ha sposato il progetto che integra agroalimentare, beni culturali e turismo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

da quasi dieci anni.

Abbiamo trasferito la sede nella Reggia di Caserta, grazie a un protocollo con i beni culturali per lo sviluppo del territorio anche in chiave turistica - una sinergia purtroppo non sempre replicata altrove. I nostri sono consumatori globali e la Campania è cresciuta in modo esponenziale come destinazione: uno dei principali driver è stato proprio l'agroalimentare, con la mozzarella in prima linea. Dove vede oggi il maggiore potenziale di crescita: export, turismo, aumento del prezzo o del percepito? Negli ultimi quindici anni la Mozzarella di Bufala Campana Dop è cresciuta di oltre il 100% in volume. È ormai un prodotto diffuso in tutti i canali, dalla distribuzione alla ristorazione. Il percorso però è ancora lungo: dobbiamo entrare nelle abitudini quotidiane dei consumatori stranieri, sempre più attratti dalla cucina italiana. Anche il recente riconoscimento Unesco potrà contribuire a rafforzare l'interesse verso le materie prime che ne sono alla base. Da mesi l'economia è instabile, tra dazi, guerre, inflazione e costi energetici. Che clima si respira tra i produttori? L'incertezza è deleteria per gli imprenditori: impedisce una pianificazione efficace. I costi energetici e quelli di trasporto stanno incidendo in modo diretto sulle aziende del comparto bufalino. È probabile un progressivo aumento dei listini: incrementi che la filiera difficilmente potrà assorbire integralmente. Un Consorzio oggi è più un organismo di controllo o un attore strategico di mercato? Il Consorzio è innanzitutto garante del rispetto delle regole e degli equilibri di filiera. Nel tempo, però, ha acquisito anche visibilità e autorevolezza. Attraverso politiche di comunicazione mirate può favorire la diffusione del prodotto, mantenendo sempre alta l'attenzione sulla qualità, che resta il vero fattore competitivo sui mercati globali. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Affari & Finanza

Economia, consumi e società

Birra Calano i volumi in città si bevono più cocktail

La crescita dopo il boom degli anni della pandemia si è fermata. Il settore soffre il generale segno meno degli alcolici ma tiene in termini di valore grazie a prodotti di qualità Ora si punta a uno stile più lineare e riconoscibile

Jacopo Fontaneto


FOOD ECONOMY
I CONSUMI

La crescita dopo il boom degli anni della pandemia si è fermata. Il settore soffre il generale segno meno degli alcolici ma tiene in termini di valore grazie a prodotti di qualità Ora si punta a uno stile più lineare e riconoscibile

Jacopo Fontaneto

Birra
Calano i volumi in città si bevono più cocktail

La crescita si è fermata: nel mercato della birra il rallentamento dei volumi è ormai un dato strutturale nell'ultimo triennio, mentre il valore tiene, segnalando un passaggio da logiche di quantità a dinamiche di selezione della domanda. In Europa la produzione resta sotto i livelli pre-pandemia (circa 345 milioni di ettolitri nel 2024 contro i 367 del 2019, dati The Brewers of Europe), mentre Eurostat indica per il 2024 circa 327 milioni di ettolitri di birra con oltre lo 0,5% di alcol nell'Ue. Il quadro internazionale degli ultimi anni conferma la tendenza: in Germania e negli Usa, il calo lo scorso anno è stato superiore al 5%. E per il mercato tedesco, Bloomberg riferiva addirittura un calo del 35% nell'ultimo trentennio. Unionbirrai inquadra il fenomeno: «Il mercato ha rallentato in termini di volumi, mentre sul valore la dinamica è diversa», osserva il segretario generale Simone Monetti. La ragione è strutturale: la birra risente della riduzione generale dei consumi di alcol, legata a fattori salutistici, demografici e culturali. «Le nuove generazioni si avvicinano più tardi e consumano meno», senza compensare l'invecchiamento della base storica. Non si tratta però di una contrazione lineare: nel medio periodo i consumi pro capite sono cresciuti da circa 28 a oltre 33-34 litri annui. Il cambio è di paradigma, con un mantra che sembra ormai divenuto comune non solo nel mondo alcol: meno quantità, più qualità. Il riequilibrio riguarda anche i canali. I dati segnalano una riduzione del consumo fuori casa e Monetti lo conferma: «Oggi si selezionano maggiormente le occasioni». L'horeca, centrale per il comparto artigianale, resta quindi esposto. La fragilità emersa durante la pandemia non è completamente rientrata, anche perché la presenza dei microbirrifici nella grande distribuzione resta limitata rispetto alla predominanza industriale. A incidere è anche la compressione del potere d'acquisto: scontrino medio più alto e minore frequenza penalizzano i consumi ricorrenti. Sul lato produttivo, il comparto artigianale italiano mantiene dimensioni rilevanti ma andamento instabile: 598.500 hl nel 2024, circa 200 milioni di euro di fatturato e una quota tra il 2 e il 3% del totale. Dopo il picco del 2022 (700.000 hl), i volumi calano nel 2023 e si stabilizzano nel 2024-2025. Per Unionbirrai è una fase di maturità: «Dopo anni di crescita rapida, il settore si sta stabilizzando». Non saturazione, ma consolidamento. Il nodo economico resta la marginalità. Il settore è energivoro e l'aumento dei costi ha inciso sui conti. «I costi energetici stanno mangiando il profitto costruito negli anni», osserva Eugenio Signoroni, esperto del settore e curatore della Guida alle Birre d'Italia di Slow Food. L'ancoraggio alle dinamiche dell'horeca amplifica l'impatto, soprattutto per le realtà meno strutturate. La domanda evolve anche per ragioni tecniche

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di consumo. Nella ristorazione, e in particolare nella pizzeria contemporanea, la birra perde centralità relativa. «Siamo passati da un 80% birra e 20% vino a un 50 e 50», spiega il maestro pizzaiolo Denis Lovatel, che opera sulla piazza milanese. Il dato è coerente con altre evidenze: calo delle artigianali a favore di vini bianchi e bollicine, mentre le industriali tengono. Pesano versatilità negli abbinamenti e percezione di maggiore leggerezza. In parallelo, nei contesti urbani più dinamici cresce la competizione dei cocktail, che intercettano la stessa occasione di consumo. Sul fronte prodotto, la risposta del settore è già in atto. Unionbirrai indica un rafforzamento della qualità - anche nei grandi marchi - e una semplificazione degli stili: prodotti più lineari ma riconoscibili. Parallelamente cresce il segmento low e no alcohol, considerato «non un rischio ma un'opportunità». I dati confermano la tendenza: nel 2025 le birre sotto il 4% di tenore alcolico rappresentano il 12,27% delle nuove produzioni. «Il consumatore sta tornando a stili più semplici, quasi un nuovo anno zero», conferma anche Signoroni. Contrazione dei volumi, tenuta del valore, redistribuzione dei consumi. La strategia passa da tre direttrici operative: ampliamento dell'offerta a bassa gradazione, semplificazione degli stili e rafforzamento della filiera. Per i microbirrifici la sfida è intercettare un pubblico più ampio: rendere la birra artigianale accessibile, non solo sul prezzo ma sul piano culturale.
©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'EVENTO

Franciacorta, quando il vino si unisce a design e cultura

Il Consorzio, che oggi rappresenta circa 125 cantine, è stato presente al Fuori Salone durante la Design Week milanese

Bettina Bush


Franciacorta, quando il vino si unisce a design e cultura

Il Consorzio, che oggi rappresenta circa 125 cantine, è stato presente al Fuori Salone durante la Design Week milanese

Bettina Bush

L'Istituto Marangoni entra nella Top50 di QS

«Esser stati presenti al Fuori Salone nello spazio Slowear di Milano con Fanciacorta Studio, un progetto culturale ed espositivo, pensato come piattaforma di ricerca e sperimentazione che ha debuttato in questa occasione, è stata l'occasione per unire il bello al buono, per fare incontrare vino, design, materia», spiega Emanuele Rabotti, presidente del Consorzio Franciacorta, che oggi rappresenta circa 125 cantine del territorio che si trova tra la provincia di Brescia e l'estremità meridionale del Lago d'Iseo, e che ha riunito più di 250 produttori di vino negli anni: «Più che un semplice consorzio ci consideriamo soprattutto un sistema» . Per capirlo basta percorrere la sua storia: «Siamo nati nel 1990 per valorizzare il territorio e l'attività dei produttori, per un prodotto tipico realizzato con rifermentazione, con regole, unità di intenti, e per fare ricerca sull'ambiente, sul microclima, per affinare questa arte». Il territorio è una parola che viene ripetuta più volte, e che raccoglie più significati: «È tutto, un giardino verde sulle belle colline che sono state preservate, riesce a dare al vino la sua anima, ha caratteristiche geologiche, e ben il 97% di chi lavora in questo territorio aderisce al nostro progetto, e oggi possiamo dire di essere considerati una eccellenza, e la cosa bella di questo lavoro è che è legato alla natura, unisce l'interpretazione con l'esperienza. Noi poi controlliamo tutta la filiera, dalla lavorazione della vigna alla commercializzazione». Proprio pochi giorni fa è stato pubblicato un annuario di ben 400 pagine realizzato dall'ufficio tecnico del consorzio che ha come argomento la ricerca, a questo si aggiungono molte altre attività, tra festival in giro per il mondo ed eventi: «Oggi conta molto la cultura del vino, è importante farlo conoscere, non solo assaggiare, è un momento ludico, per questo abbiamo deciso di organizzare anche il nostro Book Club, partito il 16 marzo che terminerà in dicembre, con 12 incontri che si svolgono nell'arco di un anno con scrittori contemporanei, mi piace pensare che è bello sorseggiare un buon libro ascoltando il vino. Vogliamo creare una comunità attorno alle storie, invitando le persone a dialogare dal vivo, in un contesto informale e piacevole». Tra protagonisti si spazia dal giornalismo alla letteratura, e alla filosofia con nomi del calibro di Maurizio Molinari, Melania Mazzucco, Premio Strega; Rossella Pastorino, Premio Campiello; Roberto Cotroneo, e Rick Dufer che si potranno seguire sui social e alcuni appuntamenti diventeranno dei podcast, per sviluppare più punti di vista sull'Italia contemporanea, e sulle sue trasformazioni. Un prodotto che oggi fa parte delle eccellenze del Made in Italy: «Franciacorta non rientra nel segmento del lusso, ma rappresenta alta qualità a un prezzo ragionevole, e viene apprezzato per il suo stile, quel gusto che unisce piacevolezza a eleganza e raffinatezza». La risposta del pubblico non è mancata, il Consorzio nel 2025 ha fatturato

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

350 milioni di euro: «Un anno con un quadro stabile con oltre 18,9 milioni di bottiglie vendute, con una leggera flessione negativa dell'1% rispetto al 2024, mantenendo il prezzo di vendita, e visto il momento internazionale complesso, ci riteniamo soddisfatti, stiamo anche notando segnali positivi per il 2026». Tra le strategie future c'è quella di aumentare le esportazioni: «Attualmente sono del 12,8%, con una crescita nel 2025 del 5,3% con il mercato domestico che prevale ampiamente. Tra quelli stranieri spicca la Svizzera, il primo mercato estero, con una quota del 22,7%; il Giappone cresce con un + 22,4%, crescono anche gli Stati Uniti dell'1,7% nonostante i dazi. Andando indietro, al 2019, notiamo sempre nel 2025 un +7,8% in volumi, e un +14,3% nei prezzi medi». Tra le unicità del Consorzio c'è il progetto Erbamat , una vero percorso di ricerca per rafforzare la sua identità: «È l'inserimento di un vitigno autonomo bresciano che si sposa bene negli altri vitigni storici, per dare qualcosa in più e ci interessa la sua evoluzione; attualmente siamo nella fase di monitoraggio avanzato dei vitigni e di selezione agronomica e enologica- e Rabotti conclude - La nostra filosofia non è crescere per vendere, ma per costruire». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

I BIG DELL'INDUSTRIA VITIVINICOLA

ITALIAN WINE BRANDS TRA UK E L'EST EUROPA LE NUOVE STRADE DEL VIN0

Il gruppo, acquisitore «seriale» di etichette (395 milioni di ricavi), cresce all'estero e batte il mercato. Il ceo Mutinelli : «Anche l'Africa è interessante. Oggi serve una riflessione sulle quantità prodotte: meglio puntare sul valore»

ANDREA BONAFEDE


I BIG DELL'INDUSTRIA VITIVINICOLA

ITALIAN WINE BRANDS TRA UK E L'EST EUROPA LE NUOVE STRADE DEL VINO

Il gruppo, acquisitore «seriale» di etichette (395 milioni di ricavi), cresce all'estero e batte il mercato. Il ceo Mutinelli : «Anche l'Africa è interessante. Oggi serve una riflessione sulle quantità prodotte: meglio puntare sul valore»

Alessandro Mutinelli
Presidente ed Italian Wine Brands

di ANDREA BONAFEDE

BANCO BENEFICO DI PRIMAVERA
16–24 MAGGIO 2026
Sabato e Domenica h 10:30-18:30
Da Lunedì a Venerdì h 15:00-18:30
PICCOLO COTTOLENGO DON ORIONE
V.le Caterina da Forlì 19 – Milano
(ingresso dall'angolo con Via Fezzan)
Autobus 67 o 58
M1 Rossa Bande Nere / M4 Blu Tolstoj
Fare il bene, fa bene!
donorionemilano.it
Piccolo Cottolengo Don ORIONE MILANO

c'è chi l'ha definita la «tempesta perfetta». E a un primo sguardo, potrebbe sembrare che il vino italiano ci sia finito dentro.

Ma nelle pieghe di un contesto caratterizzato da flessione dell'export (-3,7% nel 2025), costanti tensioni geopolitiche e cambiamento nei modelli di consumo - spumanti e Prosecco resistono, i rossi calano -, si possono scorgere delle opportunità. Serve un po' di intraprendenza nel coglierle.

È questo il pensiero di Alessandro Mutinelli, presidente e amministratore delegato di Italian Wine Brands, tra le imprese leader del vino italiano con 395 milioni di ricavi nel 2025 e un portafoglio di oltre 70 marchi. Dopo le fiere di Parigi, Düsseldorf e Verona (con Vinitaly), l'umore da lui percepito è un misto tra il cauto e il preoccupato, ma la sua visione appare chiara. Il vino è in una fase di transizione: bisogna accettarlo e abbracciare il cambiamento. «Il consumo è diventato occasionale, quindi una delle prime trasformazioni deve avvenire sotto il profilo comunicativo: la competizione non è più tra etichette o denominazioni, ma con altre tipologie di bevande - dice -. La domanda da porsi, oggi, non è quale vino bere, ma "perché bere vino?"».

Necessità Domanda non banale, dal momento che impatta sulle strategie di produzione. L'Italia, infatti, è il Paese che produce più vino, ma secondo Mutinelli i numeri dovranno calare: il rischio è perdere di vista i trend di consumo globali, che si stanno spostando quasi ovunque verso fasce più alte, oltre che di veder crescere ulteriormente le giacenze di vino (61 milioni di ettolitri fermi nelle cantine, secondo Unione Italiana Vini). «Questi e i prossimi sono anni in cui dovremo ricercare valore nella bottiglia, ma farlo con una produzione sempre in aumento è difficile: infatti, da tre anni assistiamo a una riduzione dei volumi venduti e a un calo dei prezzi - spiega -. Certo, non sarebbe un cambiamento semplice, perché gli agricoltori hanno bisogno di produrre per vendere tanto. Per questo motivo è una materia che, considerato il forte legame con il mondo food e del turismo, riguarda anche le istituzioni».

Un esempio dell'influenza della sovraproduzione sull'industria si può trovare all'interno di Iwb, in quello che all'apparenza può sembrare un paradosso. Nel 2025, il gruppo ha venduto più bottiglie rispetto al 2024 (3,65%), ma i ricavi sono calati dell'1,5%. «Questo però significa che, in un mercato dove i prezzi sono mediamente calati, abbiamo conquistato quote di mercato», sottolinea Mutinelli, soddisfatto dell'andamento nei circa 100 Paesi in cui il gruppo vende.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

Iwb ha visto crescere (+0,45%) i propri ricavi dall'export - che copre oltre l'80% del giro d'affari, con il Regno Unito come primo mercato - performando nettamente meglio del settore.

«Quando i mercati che coprono oltre la metà delle esportazioni di vino italiano calano, è difficile compensare incrementando le vendite in altri Paesi, anche se stanno emergendo zone, come l'Africa, in cui la capacità di spesa in vini di valore è in aumento - dice Mutinelli -. Senza andare troppo lontani, vediamo buone possibilità nell'Est Europa. Sono Paesi culturalmente vicini a noi, a cui il vino piace, e stanno avendo una crescita del reddito medio tale da avere la possibilità di approcciare una fascia più alta di prodotti rispetto al passato».

Trovare nuovi mercati può essere un rimedio per alcune aziende, anche se non una soluzione definitiva. Così come c'è da guardare con occhi realistici a nuove categorie di prodotto, come i «No e low alcohol», dei quali ora si parla in maniera più concreta. «Si tratta di un mercato piccolo, in crescita in certe zone come in Centro e Nord Europa, ma parliamo pur sempre di una nicchia - racconta Mutinelli -. Siamo ancora lontani da livelli qualitativi accettabili, per ora i "NoLo" intercettano più consumatori nuovi di quanto convertano quelli tradizionali, ma abbiamo l'esempio della birra che, dopo diversi anni, è arrivata a fare buoni prodotti e a rappresentare un 7-8% del mercato. Non so quale quota potranno avere i dealcolati, ma chi vuole innovare deve averli in assortimento».

ScenariIn questo contesto si inserisce la dinamica dei prezzi. Nel 2025 i costi di produzione si sono mediamente abbassati, ma il conflitto in Iran rischia di generare una nuova fiammata. Tra le materie prime più sensibili spiccano il vetro, già protagonista di un'impennata dell'80% nel 2023, e l'alluminio, usato nei tappi delle bottiglie vendute all'estero. «Sono costi che, se risalgono, dovranno assorbire in larga parte le aziende, così come è successo per i dazi: negli Usa non abbiamo alzato i prezzi delle bottiglie per timore di perdere quote di mercato –dice il numero uno di Iwb -. Le aziende più strutturate possono resistere a periodi come questo, mentre quelle medio-piccole soffrono d più. In questo senso la frammentazione non aiuta». Iwb negli anni si è resa protagonista di una campagna acquisizioni che l'ha portata in un decennio a triplicare il proprio fatturato, anche passando dala quotazione a Piazza Affari nel 2015 in un'operazione prebook promossa da Electa Ventures di Simone Strocchi. Attualmente, però, il gruppo si sta concentrando sull'adattare la propria strategia al mercato che cambia. «Stiamo uscendo dalla nostra comfort zone, ovvero clienti importanti, grandi volumi ed economie di scala, per investire sul valore attraverso un posizionamento più elevato. Il trend di flessione non è irreversibile, ma dobbiamo adeguarci al fatto che le abitudini sono cambiate», conclude Mutinelli.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

600 CONTROLLI IN UN SORSO D'ACQUA

Dalla fonte alle nostre tavole, Ferrarelle sottopone anche un elemento così naturale a un lungo processo per garantire purezza, qualità e bollicine. Perché si tratta di una risorsa strategica da proteggere, come il petrolio

ALESSIA CRUCIANI


Dalla fonte alle nostre tavole. Ferrarelle sottopone anche un elemento così naturale a un lungo processo per garantire purezza, qualità e bollicine. Perché si tratta di una risorsa strategica da proteggere, come il petrolio

600 CONTROLLI IN UN SORSO D'ACQUA

di ALESSIA CRUCIANI

Oltre seicento controlli per passare dalla sorgente alla tavola. È il numero che racconta quanto la tecnologia sia ormai parte integrante anche di ciò che percepiamo come più naturale: l'acqua. Nel caso di Ferrarelle, quel percorso è insieme antico e futuristico, fatto di geologia, ricerca scientifica e sistemi digitali che operano dietro le quinte.

Tutto comincia molto prima dell'imbottigliamento. «L'acqua è un bene minerario da proteggere, una ricchezza al pari del petrolio - spiega l'ingegnere Valentina Coletta, direttore qualità dell'azienda -. Abbiamo reperti storici che dimostrano che si beveva la nostra acqua già dai tempi degli antichi romani. Eppure, dobbiamo essere all'avanguardia per assicurare un prodotto sicuro e di eccellenti qualità da proporre a un consumatore che diventa sempre più attento».

L'acqua nasce da un bacino idrogeologico complesso: pioggia caduta circa trent'anni fa che, attraverso un percorso sotterraneo di circa 15 chilometri, attraversa rocce vulcaniche e carbonatiche, arricchendosi di sali minerali.

Nella piana di Riardo, su un'area di circa 300 ettari, questa acqua riaffiora naturalmente attraverso dieci sorgenti, alcune delle quali artesiane, veri e propri geyser naturali.È qui che si definisce anche una delle caratteristiche distintive: l'effervescenza naturale. «La nostra anidride carbonica proviene dal mantello terrestre, lo strato più profondo della crosta», sottolinea Coletta. Studi isotopici condotti con università italiane hanno certificato l'origine naturale di questa componente, permettendo di distinguere nettamente il prodotto da acque addizionate artificialmente. Prima ancora di essere imbottigliata, però, questa risorsa deve assolutamente essere protetta.

Protezione«La tecnologia va più veloce delle realtà industriali: prima bisogna insegnare alle persone a utilizzarla, altrimenti diventa controproducente», chiarisce l'ingegnere. La prima tecnologia è quella della tutela del bacino: monitoraggi continui, analisi ambientali, controllo delle attività circostanti. «Dobbiamo conoscere il bacino idrogeologico per poterlo tutelare a 360 gradi», spiega Coletta. Stazioni meteorologiche attive da decenni misurano le precipitazioni, mentre piezometri controllano il livello delle falde. Analisi chimiche e microbiologiche verificano l'assenza di contaminazioni, inclusi pesticidi o composti organici che potrebbero alterare la purezza. Poi inizia il viaggio industriale, che non è meno complesso. L'acqua viene emunta, convogliata attraverso condotte protette e miscelata in serbatoi per mantenere costanti le caratteristiche dichiarate in etichetta. Da qui arriva alle linee di imbottigliamento,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dove entra in gioco una vera e propria architettura di controllo. «Parliamo di oltre seicento controlli giornalieri», precisa Coletta. Si parte dalle sorgenti, con prelievi quotidiani per analisi microbiologiche e chimiche. Si prosegue lungo il circuito idrico, verificando pulizia degli impianti e stabilità dei parametri. Sul prodotto finale i controlli sono continui, ogni due ore.

La tecnologia qui è pervasiva. Sensori e dispositivi elettronici analizzano ogni bottiglia, scartando automaticamente quelle non conformi. Telecamere ad alta precisione controllano i contenitori, soprattutto nelle linee in vetro, per individuare eventuali microfratture o residui. Sistemi di ispezione verificano il livello dell'acqua, la corretta chiusura del tappo e la corrispondenza con quanto dichiarato in etichetta.

Anche la pulizia è diventata digitale: strumenti come i bioluminometri consentono di verificare in tempo reale l'assenza di residui sulle superfici, sostituendo analisi di laboratorio che richiedevano giorni. «Prima servivano 24-48 ore, oggi il risultato è immediato», spiega Coletta.

A tutto questo si aggiunge la tracciabilità totale. Ogni bottiglia è monitorata lungo l'intera filiera: dalla sorgente al punto vendita. «Con un clic possiamo sapere vita, morte e miracoli del prodotto», sintetizza la direttrice qualità. Un sistema che integra dati, sensori e processi digitalizzati. In parallelo, l'azienda ha iniziato a integrare strumenti di intelligenza artificiale e machine learning, soprattutto per la previsione della domanda e il supporto decisionale.

Non è ancora il cuore del controllo qualità, ma rappresenta un tassello crescente nell'evoluzione dei processi.

IdeeL'innovazione riguarda anche il prodotto. Dalle acque aromatizzate pensate per il mercato americano fino a nuove categorie come le bevande funzionali per cani e gatti, segno di un allargamento del perimetro tradizionale. E ancora, la sperimentazione con startup e centri di ricerca, come il laboratorio sviluppato con Sanidrink, startup partecipata dall'acceleratore napoletano Materias (fondato dal professor Luigi Nicolais, recentemente scomparso), che lavora su soluzioni antimicrobiche naturali. Un'attenzione all'avanguardia scientifica che trova il suo motore nel presidente Carlo Pontecorvo, medico di formazione, « fortemente lungimirante, vede dove tutti noi ancora non riusciamo», commenta Coletta.Il tutto dentro una strategia più ampia, che dal 2021 ha assunto la forma giuridica di Società Benefit , con un'attenzione crescente alla sostenibilità: riduzione dei materiali di packaging, aumento della plastica riciclata, nuovi formati come la lattina per facilitare export e riciclo. Eppure, nonostante sensori, algoritmi e sistemi automatizzati, c'è un passaggio che resta profondamente umano. «La prima cosa che fa capire se tutto funziona è l'odore e l'assaggio dell'acqua», conclude Coletta. Perché, almeno per ora, il gusto non è ancora una prerogativa delle macchine.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

IL NEGOZIO ONLINE

AMAZON METTE IN VETRINA LE PMI L'EXPORT DIGITALE? PESA 3,5 MILIARDI

Tanto hanno venduto le aziende italiane partner della piattaforma nel 2025. Il country manager Busnelli lancia la quinta edizione dell'iniziativa per i prodotti tricolori: «L'ecommerce può proteggere dal caro vita»

FRANCESCA GAMBARINI


AMAZON METTE IN VETRINA LE PMI
L'EXPORT DIGITALE? PESA 3,5 MILIARDI

Tanto hanno venduto le aziende italiane partner della piattaforma nel 2025. Il country manager Busnelli lancia la quinta edizione dell'iniziativa per i prodotti tricolori: «L'ecommerce può proteggere dal caro vita»

FRANCESCA GAMBARINI

«La nostra forza sta nell'offrire la possibilità di vendere in una grande varietà di Paesi. L'Europa oggi resta centrale»

Lo scenario

Cooler than ever.

40 anni di innovazione nella refrigerazione commerciale e industriale: data center, power gen, nuclear.
10 anni in Borsa Italiana: ora un brand rinnovato.
LUVE. The shape of cooling.

LU VE

La data è già segnata sul calendario: dal 13 al 19 maggio. È durante questa settimana che si svolgerà la quinta edizione dei «Made in Italy days», promossi da Amazon e dedicati a migliaia di prodotti di Pmi italiane che saranno disponibili, in offerta, su una vetrina speciale in otto Paesi nel mondo. È soddisfatto Giorgio Busnelli, vp (vice president) e country manager della piattaforma dell'ecommerce in Italia, che spiega: «Oggi sono oltre 5.500 le aziende italiane che mettono a disposizione dei nostri clienti nel mondo oltre tre milioni di prodotti all'interno della vetrina made in Italy. Sono numeri "di peso". Noi siamo convinti che l'ecommerce sia uno strumento importante di supporto all'export italiano: nel 2025 i nostri partner di vendita italiani hanno generato 3,5 miliardi di euro di vendite all'estero, un risultato in crescita del 4% sul 2024. Iniziative come questa non solo sono di supporto all'intero sistema Paese ma sono anche un bell'esempio di collaborazione con le istituzioni, come quella con Agenzia Ice, che prosegue dal 2019». L'accordo ha visto il coinvolgimento di 2.800 aziende con oltre 650 mila prodotti messi a disposizione dei clienti della piattaforma.

Lo scenarioIn un momento in cui tutto il commercio globale è sotto scacco a causa del conflitto Usa-Iran, è ancora possibile immaginare un ecommerce resiliente? «La situazione è in evoluzione e la monitoriamo con attenzione, ma la nostra forza sta nell'offrire la possibilità di vendere in una grande varietà di Paesi. L'Europa oggi resta centrale, con Spagna, Francia e Germania tra le destinazioni principali», spiega Busnelli.

Non solo. I dati della piattaforma confermano che il digitale rimane, anche in una situazione incerta come quella attuale, un motore di crescita importante per il business delle imprese e un abilitatore di opportunità, soprattutto fuori dalle aree urbane. «Vuol dire che l'artigiano riesce a raggiungere il mondo - spiega il country manager -. Infatti, più del 45% del totale delle Pmi italiane che vendono su Amazon proviene da aree rurali o a bassa densità di popolazione. Di queste, più di seimila hanno registrato nel 2024 oltre 500 milioni di euro di vendite all'estero».

Se le premesse per fare bene anche in questa edizione dei Made in Italy days ci sono, a impensierire potrebbe essere il calo di potere d'acquisto delle famiglie.

Dati alla mano, Busnelli ribatte che «l'ecommerce, con la sua ampia selezione e i prezzi competitivi, può diventare una leva per combattere l'inflazione: uno studio realizzato da The European House Ambrosetti con il nostro supporto ha rivelato che, grazie all'ecommerce, in Europa le famiglie hanno risparmiato

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

891 miliardi di euro negli ultimi cinque anni. Si tratta di circa 880 euro di risparmi annuali per ogni famiglia».

Sono (anche) evidenze come questa che spingono il cambiamento della piattaforma ecommerce «verso una categoria che chiamiamo "everyday essentials" - spiega Busnelli - ovvero la possibilità di acquistare prodotti di uso quotidiano direttamente su Amazon.

C'è poi il grocery, che oggi serviamo attraverso Amazon Fresh in alcune città italiane, che è una delle aree in cui, a livello mondiale, vediamo più possibilità di sviluppo». Frutta e verdura, quindi, ma anche tutto ciò che ci "serve" ogni giorno. Non entreremo più dal panettiere o dal fruttivendolo? «Non esiste un cliente solo fisico o solo digitale, il cliente ha esigenze diverse in momenti diversi, noi cerchiamo di soddisfare i suoi bisogni, come quello della velocità di consegna. Quindici anni fa, quando Amazon è arrivato in Italia, consegnavamo in due giorni. L'anno scorso abbiamo consegnato ai clienti Prime 230 milioni di prodotti il giorno dell'ordine o quello successivo». Proprio per questo è stata creata un'area dedicata alle consegne veloci nel deposito smistamento di Peschiera Borromeo, che serve anche l'area di Milano. «Questa innovazione avvicina ai clienti una selezione di prodotti tra i più richiesti, individuati attraverso l'intelligenza artificiale, e permette, se l'ordine è effettuato entro le 17, di ricevere i prodotti la sera stessa - racconta Busnelli -. Inoltre, grazie agli hub di micro mobilità siamo in grado di coniugare efficienza e sostenibilità, come nei centri urbani di Roma e Milano, dove il servizio di consegna in giornata avviene con cargo scooter elettrici». L'Ai è già utilizzata, in Italia, anche nel programma Amazon Ads, che supporta le Pmi con soluzioni pubblicitarie ad hoc. Spiega Busnelli: «Ad esempio, attraverso questi strumenti tecnologici una Pmi può creare in poche ore un video pubblicitario di qualità professionale a partire da una semplice immagine di prodotto: è un aiuto strategico, che tradizionalmente solo i grandi brand con budget importanti potevano permettersi». Anche di questi temi si parlerà nell'incontro che si terrà domani a Roma promosso dal Presidente della Xa Commissione Attività Produttive, Alberto Gusmeroli, e patrocinato da Netcomm con il supporto di Amazon, dal titolo: «Sostenere il Made in Italy nel mondo: Pmi, ecommerce e politiche per l'export», iniziativa che rientra nella Giornata Nazionale del Made in Italy del Mimit. Un tavolo di confronto tra aziende, politica e amministrazione per discutere di politiche di promozione delle Pmi attraverso i canali digitali.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Società, vertici ai raggi X: il 15% è sopra i 70 anni, under 30 in calo del 24%

I dati InfoCamere. Nel decennio 2015-2025 su 8,7 milioni di amministratori e titolari gli anziani crescono del 23% mentre l'età media sale di 2,6 anni

Michela Finizio


Primo Piano
Demografia del lavoro

Società, vertici ai raggi X: il 15% è sopra i 70 anni, under 30 in calo del 24%

Donne alla guida: tre su dieci Aumento dello 0,5% sul 2015

Nell'ultimo decennio il sistema imprenditoriale italiano è invecchiato.

Su 8,7 milioni di persone che ricoprono cariche apicali nelle società italiane, il 15% oggi ha più di 70 anni e i manager over 70 sono aumentati del 23% rispetto al 2015, quando erano l'11,6 per cento. Di contro solo 340mila cariche sociali sono ricoperte da giovani con meno di 30 anni, il 23,8% in meno rispetto ai 446.570 amministratori, soci, titolari cens iti dal Registro delle imprese dieci anni fa.

A dirlo sono i dati di InfoCamere elaborati dal Sole 24 Ore del Lunedì sulle cariche sociali nelle imprese iscritte al Registro al 31 dicembre 2025.

Nel decennio 2015-2025 emerge l'evoluzione per tipologia e per fascia di età: pesano i trend demografici (rispetto al 2015 l'età media è aumentata di 2,6 anni, fonte Istat), ma anche il difficile passaggio generazionale ai vertici, e la fatica nell'attrarre e inserire in posizioni di governance i giovani. L'invecchiamento del sistema produttivo ostacola così la capacità delle imprese di generare innovazione. «Una base imprenditoriale sempre più anziana, con una partecipazione giovanile non più sufficiente a bilanciare il naturale turnover, richiede attenzione costante e un mix di politiche mirate, capaci di sostenere lo sviluppo del sistema economico», afferma il presidente di InfoCamere, Antonio Santocono.

A livello nazionale le cariche apicali sono scese da 9,26 milioni nel 2015 a circa 8,72 milioni nel 2025 (-5,8%). Nel decennio il perimetro dell'imprenditoria individuale e delle società di persone si è progressivamente ridotto, mentre si è assistito alla crescita delle società di capitali. In pratica, il sistema imprenditoriale si è numericamente ristretto, "concentrandosi" su ruoli più strutturati: crescono gli amministratori (unica categoria in aumento significativo, da 3,76 milioni a 3,86 milioni), mentre diminuisce il numero di soci che partecipano alla co-gestione di realtà legate a specifici servizi (cooperative) e di titolari di ditte individuali. L'analisi include gli incarichi top (ad esempio amministratori unici, consiglieri, membri dei Cda e dei consigli direttivi) ma anche altre cariche minori (sindaci, procuratori, revisori e così via). L'analisi per fasce d'età evidenzia l'invecchiamento della base imprenditoriale e delle persone con cariche apicali. La fascia 50-69 anni continua a rappresentare il "cuore" del sistema economico (il 50% delle cariche). I 30-49enni segnano un vero tracollo (-30,5 per cento). Gli over 70 invece crescono del 22,9%, segno di una continuità nella gestione delle imprese che, in molti casi, non trova un passaggio generazionale fluido. «Il dato risulta in linea con quelli

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dei nostri report», commenta Fabio Quarato, docente dell'Università Bocconi che ha curato l'ultima edizione dell'Osservatorio Aub, promosso da Aidaf (Italian family business) che monitora tutte le aziende italiane con un fatturato di almeno 20 milioni, cioè 23.578, di cui 15.568 (il 66%) a controllo familiare. «Nelle società del nostro campione i manager over 70 sono oltre il 25% e presto ci sarà il rischio che spariscano gli under 40».

In sintesi, la partecipazione dei giovani in ruoli di responsabilità (amministratori) o di governo (soci) non ha mostrato una crescita in grado di compensare il turnover naturale. «Nelle aziende a controllo familiare si tende a rimanere al proprio posto, nonostante l'avanzare dell'età, e questo crea un grande problema di ricambio generazionale», aggiunge Quarato. In un mondo che va sempre più veloce e che richiede di presidiare lo sviluppo delle tecnologie, «ad una certa età non si può avere le stesse skill, la stessa energia imprenditoriale e la stessa voglia di viaggiare di quando si è giovani».

Dagli studi dell'osservatorio Aub sui più grandi gruppi familiari emerge anche il divario rispetto ai nostri competitor europei: in Francia i top manager over 70 sono a quota 18-19%, in Germania sono il 10 per cento. «Soffriamo di un gap culturale più forte: in Italia l'età significa esperienza. E non c'è nessun incentivo per agevolare il ricambio delle figure apicali: gli incentivi sono legati solo alle nuove assunzioni, la defiscalizzazione si applica solo dal basso».

A livello territoriale il quadro conferma un'Italia divisa. Le quote più alte di manager under 30 si concentrano nel Mezzogiorno e in alcune aree a minore densità imprenditoriale: guidano la classifica Vibo Valentia (5,21%), Nuoro (5,13%) e Sondrio (4,84%), seguite da province come Crotone e Caserta. Si tratta spesso di contesti dove il peso delle piccole attività e dell'autoimprenditorialità favorisce un ingresso più precoce nelle cariche sociali.

All'opposto, le incidenze più elevate di over 70 si registrano in territori con una forte presenza di imprese consolidate e a guida familiare: Viterbo (20,66%), Genova (20,24%) e Massa Carrara (19,06%), ma anche grandi realtà come Milano (18,1%) mostrano una quota significativa di manager anziani.

Ancora più marcate sono le dinamiche nel tempo: gli under 30 crescono solo in poche aree - ad esempio a Bolzano (+21,5%) e Trieste (+18%) -, mentre nella quasi totalità delle province la loro presenza arretra, con cali superiori al 40% in molti territori del Sud (come Reggio Calabria e Catanzaro) dove pesa la fuga dei giovani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

La quota di lavoratori sessantenni raddoppiata nell'ultimo decennio


La quota di lavoratori sessantenni raddoppiata nell'ultimo decennio

I dati Inps

In Italia la forza lavoro invecchia e perde la capacità di rinnovarsi. In base ai dati Inps sui lavoratori dipendenti del privato, tra il 2015 e il 2024 (ultimo aggiornamento) gli occupati sono aumentati del 25,4%, arrivando a sfiorare i 15 milioni, ma cambia profondamente la composizione generazionale: esplodono gli over 60 (+141% tra 60-64 anni e +231% oltre i 65), mentre si assottiglia il cuore del mercato del lavoro, quello tra i 30 e i 44 anni. «Assistiamo a un progressivo spostamento verso le classi di età più mature, mentre si svuotano quelle centrali», afferma Pietro Checcucci, responsabile Inapp del gruppo di ricerca «Dinamiche demografiche e invecchiamento attivo». Il dato più evidente, in linea con il progressivo invecchiamento della popolazione, è l'allungamento dell'età lavorativa: i 60-64enni passano da 422mila a oltre un milione; gli over 65 sono più che triplicati; la quota complessiva degli over 60 sale dall'4,2% all'8,7 per cento. Il trend riflette sia la dinamica demografica, sia l'effetto delle riforme pensionistiche, che hanno progressivamente spostato in avanti l'uscita dal lavoro.

Mentre gli estremi crescono, la fascia centrale si svuota: i lavoratori 35-39enni calano (-2,3%); i 40-44enni scendono ancora di più (-9,2%); anche i 30-34 anni crescono poco (+13,1%) e perdono peso sul totale. Il crollo dei 30-49enni è il segnale più critico perché riguarda il segmento più produttivo e stabile del mercato.

E infine i più giovani cercano di invertire la rotta (+63,5% tra 20 e 24 anni, +31% tra 25 e 29 anni) - segno di un ingresso sempre più dinamico nel mercato del lavoro, anche grazie agli incentivi sulle assunzioni - ma il trend non basta per riequilibrare il sistema: gli under 30 restano minoritari nella forza lavoro, rappresentano il 18,1% del totale, e il loro aumento è insufficiente rispetto all'invecchiamento complessivo (il 20,8% ha più di 55 anni). «Gli under 30 sono sottorappresentati - aggiunge Checcucci - sia perché sono ancora nel sistema formativo, sia perché continuano a esserci barriere all'ingresso». I Neet, ad esempio, restano un numero rilevante e i bollettini Uniocamere-Excelsior mettono in luce il mismatch tra domanda e offerta nell'accesso al mercato del lavoro.

Il rapporto 2025 dell'Istat (capitolo 4) si sofferma sulle organizzazioni pubbliche e private in sofferenza sul piano generazionale: nel 30% delle realtà censite dall'istituto gli over 55 sono più della metà. «Alcuni settori della Pa, come sanità e istruzione, sono particolarmente invecchiati negli ultimi anni - sottolinea il primo ricercatore Inapp -. Le imprese più piccole e quelle nel settore dei servizi registrano le maggiori criticità generazionali, mentre i più grandi riescono a dotarsi di una strategia. La desertificazione produttiva colpisce soprattutto i settori dove manca il cosiddetto "trasferimento d'impresa", come l'artigianato o la manutenzione». Istat, nel suo rapporto annuale, rileva anche una correlazione tra l'età più elevata

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dei lavoratori e quella degli imprenditori: «Più è anziana la leadership, più l'impresa tende a invecchiare», dice Checcucci.

I giovani si concentrano maggiormente nel turismo e nella ristorazione (dove rappresentano il 34,7% dei lavoratori), nelle attività artistiche e intrattenimento (27,4%) e nei servizi alle imprese e commercio. Settori più flessibili, ma dove sono più diffusi contratti meno stabili. Gli anziani over 60 prevalgono nel lavoro domestico (36,6% del totale), nelle utilities (acqua, energia) e nel comparto della finanza e delle assicurazioni.

Il risultato è un mercato del lavoro più ampio, rispetto al 2015, ma sempre meno capace di innovare: «Le imprese con maggiori criticità sul piano generazionale - aggiunge Checcucci citando ancora il rapporto Istat - presentano indicatori peggiori legati alla capacità di innovare o investire in digitalizzazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Hr, il personale è una leva strategica

Su oltre 1.500 aziende, per Jet Hr il segmento delle grandi imprese genera un terzo dei ricavi ricorrenti

Sibilla Di Palma


Hr, il personale è una leva strategica

Su oltre 1.500 aziende, per Jet Hr il segmento delle grandi imprese genera un terzo dei ricavi ricorrenti

Sibilla Di Palma

80%

sps ITALIA

26 – 28.5.2026 PARMA

Innovativi per vocazione

La fiera dell'automazione e del digitale per l'industria intelligente e sostenibile

spsitalia.it

Nelle grandi aziende, la trasformazione digitale delle risorse umane passa sempre più dalla capacità di far dialogare sistemi diversi, dai gestionali alle piattaforme di payroll, fino agli strumenti per la gestione di turni e presenze. Da qui l'attenzione crescente verso architetture in grado di integrare dati e processi, riducendo attività manuali e duplicazioni. È in questo contesto che si inserisce la scelta di Jet Hr di rafforzare la propria presenza in questo segmento. Nata con l'obiettivo di semplificare la gestione amministrativa del personale nelle piccole e medie imprese, la società ha annunciato la creazione di una divisione dedicata, Jet Hr Enterprises, rivolta alle grandi organizzazioni.

«Siamo entrati sul mercato nel 2023 osservando che l'80% degli occupati italiani erano in aziende sotto i 100 dipendenti e abbiamo messo il focus sulle Pmi», spiega Marco Ogliengo, ceo e co founder di Jet Hr. «La svolta è arrivata dal mercato, più rapidamente del previsto. Quando abbiamo capito che non si trattava di richieste isolate ma di un'opportunità strutturale, la scelta è diventata naturale: seguire la domanda». Oggi, su oltre 1.500 aziende clienti, tra cui nomi come Pastiglie Leone, Octopus Energy e Omoda & Jaecoo, il segmento enterprise genera già oltre il 30% del ricavo annuale ricorrente aziendale. «La convergenza verso soluzioni integrate e scalabili - capaci di servire tanto la Pmi quanto la grande corporate - non è una tendenza futura: è già in atto», sottolinea Ogliengo. Il cambiamento più profondo, specifica, riguarda la percezione del costo del personale, visto non più come una voce da comprimere, ma come una leva strategica su cui agire con la tecnologia. «Le grandi imprese desiderano soluzioni che riducano il carico amministrativo in modo misurabile, liberando i team Hr per attività ad alto valore aggiunto, come la ricerca e lo sviluppo delle persone». Secondo Ogliengo, cresce parallelamente la consapevolezza sui risparmi che il welfare aziendale può generare. «Convertire un bonus lordo di 1.000 euro in fringe benefit può generare fino a 400 euro di risparmio per dipendente all'anno - un vantaggio concreto e misurabile sia per l'azienda che per il lavoratore. Non a caso abbiamo recentemente integrato i fringe benefit direttamente nella nostra piattaforma. Per le grandi imprese, avere tutto questo in un unico sistema diventa un'infrastruttura strategica». Inoltre, spiega Ogliengo, nelle grandi aziende il tema non è scegliere il miglior software Hr, ma integrarlo con ciò che già esiste. L'offerta sviluppata per il segmento enterprise punta non a caso su un sistema basato su Api - interfacce che permettono a software diversi di comunicare e scambiarsi dati in modo automatico - che consente alla piattaforma di integrarsi e dialogare con i principali Erp e applicativi gestionali già in uso nelle grandi organizzazioni.

«Timbrature, turni, fringe benefit, buoni pasto, rinnovi contrattuali e cedolini convergono

in un unico flusso automatizzato, eliminando doppi inserimenti, riconciliazioni manuali e le relative inefficienze», sottolinea Ogliengo che racconta i risultati sui primi clienti enterprise: «I tempi di elaborazione paghe si sono ridotti del 90%, da quattro giorni a quattro ore, liberando 40-50 ore al mese per i team Hr, una settimana lavorativa intera sottratta alle operazioni a basso valore aggiunto e restituita alle attività strategiche». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Meno junior e stipendi al ribasso Le aziende anticipano l'IA

Le imprese caute sull'ingresso di nuovi profili nei ruoli creativi e di ufficio dove pensano di poter sfruttare la tecnologia. Ma il bilancio per i lavoratori non è tutto negativo

Alessandro Longo


Meno junior e stipendi al ribasso Le aziende anticipano l'IA

Le imprese caute sull'ingresso di nuovi profili nei ruoli creativi e di ufficio dove pensano di poter sfruttare la tecnologia. Ma il bilancio per i lavoratori non è tutto negativo

Alessandro Longo

L'intelligenza artificiale penetra lenta, ma con passo sicuro dentro le aziende italiane. Sta già cambiando il lavoro. Le evidenze, che arrivano per ora solo dal mercato Usa e UK (i più avanzati), devono fare riflettere: ci sono i primi forti indizi di un impatto negativo su occupazione e salari di lavoratori junior, in alcuni ruoli creativi e d'ufficio, dove Chatgpt, Claude e simili li stanno rimpiazzando almeno in parte. Sono elementi del report presentato la scorsa settimana dall'associazione confindustriale delle aziende Ict, Anitec-Assinform, in collaborazione con il Politecnico di Torino. I dati devono fare riflettere, sì. Ma non lo fanno abbastanza: i legislatori e le istituzioni della formazione sembrano ignare dell'ondata in arrivo, come anche si legge in controluce nelle raccomandazioni finali del report. Intanto, mentre lo Stato sonnecchia, le aziende adottano l'IA. Anitec-Assinform segnala che nel 2024 il mercato dell'IA aveva superato i 900 milioni di euro, con una crescita del 38,7% sul 2023, e nel 2025 è a 1,24 miliardi di euro. Nel 2028 balzerà oltre 2,5 miliardi. Ma restiamo indietro: il 16,4% delle imprese italiane con almeno 10 addetti utilizza almeno una tecnologia di IA, contro il 20% della media Ue (secondo la Commissione europea). Passando in rassegna le migliori evidenze sul mercato del lavoro, risulta che l'IA sta danneggiando i junior soprattutto nelle professioni tecniche e creative e nelle attività di analisi dei dati. Qualche giorno fa è arrivata anche la prima conferma di una fonte istituzionale, il Governo Usa: c'è sì un calo delle assunzioni di programmatori, anche se in termini di ridotta crescita e non di riduzione assoluta dei lavoratori. La programmazione (coding) è una delle attività dove l'attuale IA riesce a fare meglio. Anitec-Assinform nota che evidenze riguardanti l'impatto sulle posizioni senior, pure esposte all'IA, sono più deboli. Secondo il report, non si può ancora parlare di terremoto nel mercato del lavoro. Nemmeno nei Paesi più avanzati né nelle mansioni più esposte. Non c'è certo un licenziamento di massa. Piuttosto, sembra esserci un «aggiustamento anticipatorio da parte delle imprese, in previsione di potenziali - ma ancora non pienamente verificate - possibilità di automazione», si legge. Assumono e pagano meno, insomma, nelle professioni dove l'IA sembra più capace di fare il "nostro" lavoro (a quanto risulta dagli annunci di lavoro analizzati nell'ultimo anno). Che l'intelligenza artificiale faccia male ai lavoratori, in generale e nel complesso, è però tutto da vedere. Certo è possibile a livello individuale, soprattutto ai danni di alcuni junior.

Le evidenze dicono però anche che l'IA non si sta limitando a sostituire alcune funzioni lavorative; funge anche di incremento alla produttività per chi la usa (con valori a doppia cifra percentuale).

«Si intravedono opportunità di upskilling per lavoratori e lavoratrici con istruzione secondaria o inferiore. Grazie all'utilizzo dell'IA, potrebbero svolgere mansioni che richiedono expertise dedicate», scrive Anitec-Assinform. Insomma: lavori migliori e (forse) meglio pagati. Sul punto, però, chissà: un'analisi della Columbia Business School indica che all'aumento di produttività ottenuto con l'IA non sta corrispondendo finora una crescita dei salari.

E in Italia? «Qui non ci sono dati affidabili. Non risulta un impatto negativo sui junior; rallenta invece il mercato del lavoro over 30, per motivi ancora non chiari», dice Giovanni Miragliotta, che si occupa di IA per gli Osservatori del Politecnico di Milano. «Per l'Italia ci sono due scuole di pensiero: o siamo un mercato diverso da UK e Usa oppure vedremo le stesse dinamiche ma in ritardo», aggiunge. In entrambi i casi l'impatto non va sottovalutato.

«L'Intelligenza artificiale entra nel cuore del lavoro cognitivo di ingegneri, analisti e altri knowledge worker. Lo spiazzamento è più profondo rispetto alla rivoluzione tech degli anni '80 e '90 e impone un ripensamento radicale dei modelli di formazione», dice Paolo Neirotti, del Politecnico di Torino, che ha seguito la ricerca con Anitec-Assinform. La formazione è uno degli ambiti principali da potenziare, secondo il rapporto: in Italia è troppo frammentata e andrebbe meglio coordinata tra università, imprese e altri enti, anche con strumenti pubblici ad hoc. «Sono d'accordo: serve una migliore collaborazione tra aziende dei territori e sistema della formazione», dice Stefano da Empoli, presidente dell'osservatorio I-Com. «L'IA richiede un cambio culturale importante: ne va della competitività Paese», aggiunge. Ancora dal report: «Studi sperimentali recenti mostrano significativi incrementi di produttività tra le professioni cognition-intensive, con aumenti in media tra il 12% e il 37% a parità di ore». Ne deriva che chi è in ritardo sull'Intelligenza artifiicale - le aziende e un intero sistema produttivo Paese - sarà svantaggiato. Con danni, questi sì indubbi, sulla salute del nostro mercato del lavoro e non solo di quello. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

LA NORMATIVA

L'Unione europea dichiara guerra al greenwashing

Dal 27 settembre tutte le asserzioni ambientali e sociali dovranno basarsi su criteri di trasparenza e indipendenza. Per le aziende che non si adeguano ci sono rischi amministrativi, civili e penali

MARCO FROJO


L'Unione europea dichiara guerra al greenwashing

Dal 27 settembre tutte le "asserzioni ambientali e sociali" dovranno basarsi su criteri di trasparenza e indipendenza. Per le aziende che non si adeguano ci sono rischi amministrativi, civili e penali

Marco Frojo

A partire dal prossimo 27 settembre le aziende dovranno prestare molta attenzione ai claim in materia di sostenibilità ambientale e sociale. In quella data diventeranno infatti efficaci le disposizioni previste dal D.Lgs. 30/2026, pubblicato in Gazzetta Ufficiale n. 56 del 9 marzo 2026 ed entrato in vigore il 24 marzo 2026, che attua la Direttiva Ue 2024/825 e modifica il Codice del Consumo (d.lgs. 206/2005) introducendo misure per rafforzare la protezione dei consumatori contro le pratiche commerciali sleali in materia di comunicazione sostenibile.

Le principali novità riguardano l'introduzione nel Codice del Consumo di definizioni puntuali quali, ad esempio, "asserzione ambientale", ovvero qualsiasi messaggio o rappresentazione, anche non esplicita, che asserisca o implichi che un dato prodotto, categoria di prodotto, marca o operatore economico abbia un impatto positivo o nullo sull'ambiente oppure sia meno dannoso per l'ambiente rispetto ad altri prodotti o operatori. Parallelamente, il decreto introduce anche la definizione di "etichetta di sostenibilità": qualsiasi marchio di fiducia o di qualità, pubblico o privato, avente carattere volontario e di "sistema di certificazione" deve basarsi su criteri di trasparenza, indipendenza e non discriminazione, verificati da soggetti terzi accreditati.

Il decreto mira altresì a contrastare il cosiddetto social-washing, cioè le comunicazioni ingannevoli in materia di sostenibilità sociale relative a condizioni di lavoro eque, parità salariale, sicurezza, protezione sociale e rispetto dei diritti umani.

«Chi vuole comunicare la sostenibilità del proprio prodotto o del proprio servizio - fa il punto Josephine Romano, head of corporate compliance di Deloitte Legal - deve essere in grado di dimostrare ogni affermazione con dati, certificazioni di terzi e piani verificabili. In particolare saranno considerate in ogni caso ingannevoli l'esibizione di un'etichetta che evoca valori ambientali o sociali che non sono basati su un sistema di certificazione riconosciuto o stabiliti da autorità pubbliche, la formulazione di un'asserzione ambientale generica senza essere in grado di dimostrare l'eccellenza riconosciuta delle proprie prestazioni ambientali attraverso strumenti e criteri ufficialmente riconosciuti a livello europeo o nazionale».

Sarà inoltre vietato affermare che un prodotto o un'azienda nel suo complesso sia sostenibile quando la dichiarazione riguarda soltanto un aspetto specifico del prodotto o un singolo elemento dell'attività svolta e presentare un prodotto come neutro, a basso impatto o addirittura positivo per l'ambiente sulla base di meccanismi di compensazione delle emissioni di gas a effetto serra. «Il D.Lgs. 30/2026 - prosegue

Romano - non modifica il quadro sanzionatorio esistente: le sanzioni applicabili in caso di greenwashing o social-washing si innestano direttamente su quelle già previste dall'ordinamento italiano». In particolare, le sanzioni si articolano su tre livelli: amministrativo, civile e penale. Nel primo livello è l'Agcm l'autorità competente a sanzionare le pratiche commerciali scorrette e la pubblicità ingannevole ai sensi del Codice del Consumo, con sanzioni pecuniarie che possono raggiungere i 10 milioni di euro oppure il 4 % del fatturato annuo per le infrazioni che interessano più di uno Stato membro dell'Ue. Sul fronte civile, quando il greenwashing e il social-washing si traducono in un vantaggio competitivo sleale, si cade in atti di concorrenza sleale ai sensi dell'art. 2598 del codice civile (c.c.). «In tal caso - spiega l'esperta di Deloitte - è possibile agire in via inibitoria (ex art. 2599 c.c.) al fine di ottenere la cessazione del comportamento illecito, ovvero in via risarcitoria (ex art. 2600 c.c.) per ottenere il risarcimento del danno, qualora il comportamento sia stato posto in essere con dolo o colpa». Si cadrà invece nel penale nel caso in cui si verifichino frodi in commercio (art. 515 c.p.), indebita percezione di erogazioni pubbliche (art. 316-ter c.p.) e false comunicazioni sociali (artt. 2621-2622 c.c.). «Fino ad oggi - conclude Romano - il mercato era popolato da una molteplicità di marchi auto-attribuiti e sistemi di verifica interni che rendevano impossibile per il consumatore medio differenziarne il contenuto e l'origine. Da settembre 2026, il consumatore potrà fare affidamento sul fatto che qualsiasi etichetta di sostenibilità sul mercato dovrà rispettare requisiti minimi di trasparenza, indipendenza e verificabilità imposti dalla normativa di riferimento. Il divieto di etichette di sostenibilità non fondate su sistemi di certificazione riconosciuti o stabilite da autorità pubbliche elimina una delle zone grigie più sfruttate nella comunicazione commerciale degli ultimi anni». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il grande ingorgo Servono mesi per sciogliere il nodo Hormuz

La riapertura è solo il primo passo per ripristinare i normali flussi di greggio e gas dal Golfo E ci sono danni, come ai terminal del Qatar, che richiederanno anni

Francesco Manacorda


Il grande ingorgo Servono mesi per sciogliere il nodo Hormuz

La riapertura è solo il primo passo per ripristinare i normali flussi di greggio e gas dal Golfo E ci sono danni, come ai terminal del Qatar, che richiederanno anni

Francesco Manacorda

E poi, quando riaprirà? Il problema per ora è soprattutto se lo Stretto di Hormuz, intrappolato nel doppio blocco navale americano e iraniano, riaprirà davvero. Ma anche facendo una previsione ottimistica, dal momento in cui finalmente le navi di tutto il mondo potranno tornare a passare in quel braccio di mare al ristabilimento di una normalità globale per il settore energetico - ammesso che tutto possa tornare come prima - ci vorranno molti mesi. In alcuni casi addirittura alcuni anni. Lo sostengono varie ricerche, lo confermano molti operatori di mercato toccati dalla chiusura. Oggi, nello Stretto, dicono i dati della società di analisi del traffico marittimo Kpler, ci sono circa 260 navi bloccate, che hanno a bordo nel complesso 170 milioni di barili di petrolio - per avere un termine di riferimento circa 15 giorni di consumi europei, visto che ne utilizziamo 10-15 milioni il giorno - e 1,2 milioni di tonnellate di gas naturale liquefatto. Se e quando lo Stretto riaprirà tutte queste navi dovranno mettersi ordinatamente in marcia per uscire dal Golfo Persico, sfruttando probabilmente il canale navigabile largo tre miglia che segna la corsia verso il Golfo dell'Oman. Questione di settimane, e non di giorni, anche perché nella corsia opposta cominceranno ad arrivare le circa 300 navi per trasporti energetici che al momento stazionano, vuote, proprio nel Golfo dell'Oman e che devono andare a rifornirsi ai terminali nel Golfo. Pensate, insomma, a un enorme ingorgo marittimo, come quando ci si accoda al distributore in previsione di uno sciopero dei benzinai: qui però tutto è elevato all'ennesima potenza, compreso il tempo che serve a fare il pieno. Solo per le operazioni tecniche, approdo al terminale, allaccio all'impianto, rifornimento e partenza, ogni nave gasiera o petroliera può impiegare, anche a seconda della sua capacità, dalle 12 alle 48 ore. Tempi a cui vanno spesso aggiunti quelli delle pratiche doganali e di altro genere e che moltiplicati per centinaia di imbarcazioni rischiano di diventare un vero incubo logistico.

In ogni caso, solo quando la flotta bloccata comincerà a muoversi, la produzione negli impianti potrà riavviarsi davvero.

Al momento, infatti, gli stoccaggi di petrolio dei Paesi del Golfo sono completamente pieni e non possono ricevere altro greggio.

L'Agenzia internazionale dell'energia stima che ci siano in tutto circa 260 milioni di barili, ossia 20 giorni di produzione dell'intera regione, bloccati al momento negli enormi serbatoi degli impianti.

Per il gas, la situazione è ancora peggiore: per definizione non lo si può stoccare a meno che non

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

venga liquefatto, sottoponendolo a un processo di raffreddamento che lo porta a -162 gradi e poi conservandolo a quella temperatura in serbatoi adatti.

Ma, vista la complessità e il costo di mantenerlo a livello liquido, i serbatoi hanno di solito una capienza pari solo a uno o due giorni di produzione. Per ridurre l'afflusso di gas bisogna allora o reimmetterlo nel giacimento, oppure semplicemente bruciarlo - si tratta del cosiddetto "flaring" - aggiungendo però al danno economico anche quello ambientale. In entrambi i casi - greggio e gas - una volta riempiti gli stoccaggi, i produttori devono quindi fermare o almeno ridurre, la produzione a monte.

Ma qui non si tratta di chiudere un rubinetto e aspettare tempi migliori. I pozzi petroliferi e i giacimenti di gas, per non parlare dei complessi "treni" che servono al raffreddamento, hanno bisogno di procedure lunghe e complesse sia per rallentare sia per ripartire con la piena produzione. E alcuni giacimenti di petrolio, specie i più "vecchi", rischiano, una volta ridotta l'estrazione ai minimi, di non riacquistare più la pressione che spinge il greggio verso la superficie: significa che la produzione futura sarà più costosa, più lenta e in alcuni casi definitivamente ridotta.

Sempre la Iea stima così che circa la metà dei pozzi petroliferi e di gas possa tornare a una pressione estrattiva piena entro due settimane dalla riattivazione, un altro 30% potrebbe impiegare almeno sei settimane e per il restante 20% - dai 2,5 ai 3,5 milioni di barili giornalieri - ci saranno problemi tecnici più seri, che potrebbero richiedere mesi per essere risolti. Alcuni "vecchi" pozzi in Iraq e Kuwait potrebbero non tornare mai ai livelli precedenti.

In quanto al gas, è nota la situazione del principale impianto di Lng di Ras Laffan, in Qatar, dove due "treni" di raffreddamento sono stati seriamente danneggiati dagli attacchi iraniani; la perdita stimata della produzione è del 17%, con effetti gravi anche per l'Italia, grande importatore di gas dal Qatar. La previsione è che ci possano volere fino a cinque anni per rimetterli in funzione, anche a causa del fatto che le turbine di raffreddamento danneggiate sono prodotte solo da tre aziende in tutto il mondo, con una lunga lista di ordini già in corso. Il Qatar aveva anche in programma di aumentare la produzione di gas da

l prossimo anno. Resta da vedere se ci riuscirà. Riaperti i pozzi, caricate o scaricate petroliere e affini, il traffico dovrebbe avviarsi alla normalizzazione. Ma anche in questo caso, la scala delle operazioni - e dei problemi - è gigantesca. Non c'è solo il costo dei noli e delle assicurazioni, entrambi saliti vertiginosamente con il conflitto, e che avranno bisogno di tempo per normalizzarsi. C'è anche una questione tutta tecnica. Una nave impiega di norma due mesi o anche di più, per fare un'andata e ritorno dal Golfo ai grandi porti asiatici di in Cina o Corea del Sud. E l'Europa? Una rotta dal Golfo per Rotterdam si copre in circa 20 giorni: tra operazioni di carico, scarico e ritorno, il giro completo si fa in circa 50 giorni. Insomma, anche nel momento in cui Hormuz riaprisse completamente il primo carico del Golfo arriverebbe da noi fra tre settimane. E i mercati europei comincerebbero a respirare davvero solo quando la rotazione delle navi tornasse a regime; cioè quando ci fossero abbastanza petroliere

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in circolazione simultanea da garantire flussi continui e non solo il primo carico di sblocco. Una prospettiva che richiede almeno due o tre cicli completi, quindi almeno due o tre mesi dall'ipotetica apertura, sempre considerano che la produzione nel Golfo si sia ristabilita completamente. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa

Economia, consumi e società

I cambiamenti sono contenuti nel decreto Bollette. Consumerismo: "Così più tutele all'utenza"

Telemarketing, il 19 giugno scattano le novità "Contratti luce e gas nulli senza il consenso"


I cambiamenti sono contenuti nel decreto Bollette. Consumerismo: "Così più tutele all'utenza"
Telemarketing, il 19 giugno scattano le novità "Contratti luce e gas nulli senza il consenso"

Rivoluzione nel telemarketing. Il 19 giugno scattano alcune disposizioni contenute nel decreto Bollette che interessano le telefonate commerciali che propongono al pubblico contratti di luce e gas. Lo ricorda Consumerismo, associazione no profit che aveva sollecitato i parlamentari a presentare emendamenti "salva-consumatori".

Sulla Gazzetta Ufficiale del 18 aprile è stata pubblicata la legge di conversione del Dl Bollette. La legge modifica l'articolo 51 del Codice del Consumo, inserendo il comma 8 bis, che riguarda il divieto di «effettuare sollecitazioni commerciali per telefono, anche mediante l'invio di messaggi a consumatori, finalizzate alla proposta o alla conclusione di contratti di fornitura di energia elettrica e gas».

In sostanza, tra poco più di tre settimane, quando scadono i 60 giorni di tempo concessi dalla norma, le società di luce e gas non potranno più proporre contratti telefonici agli utenti, né inviare messaggi, a meno che l'utente non abbia fornito esplicita autorizzazione ad essere contattato per ricevere proposte commerciali, spiega Consumerismo. Inoltre, al comma 8-ter si legge che «i contratti stipulati a seguito di contatto effettuato in violazione di quanto previsto dal comma 8-bis sono nulli». Perciò, dal 19 giugno non avranno validità legale quei contratti di fornitura luce e gas stipulati telefonicamente se il consumatore non aveva espresso in precedenza il proprio consenso ad essere contattato. In aggiunta, dovranno essere i gestori energetici a fornire la prova materiale della validità del contratto.

Il decreto Bollette contiene poi alcune misure sul telemarketing che, prima di diventare operative, richiedono l'intervento di Agcom e Garante per la Privacy. In particolare, la norma stabilisce che «i contatti telefonici di cui al comma 8-bis sono effettuati dal professionista da un numero che lo identifica univocamente». A tal proposito, a dicembre l'Agcom ha dato il via a una consultazione pubblica sulla proposta di modifica del piano di numerazione, volta a introdurre l'uso di numerazioni brevi (3 cifre) come numero chiamante per chiamate e messaggi, anche destinati ad attività di teleselling e telemarketing. Nel caso in cui l'Agcom, nell'ambito dell'istruttoria, riesca ad accertare che la chiamata proviene da numeri diversi da quelli assegnati al professionista, arriva l'ordine al gestore telefonico di sospensione immediata dell'utilizzo delle linee. «Le nuove misure, che si aggiungono al blocco anti-spoofing scattato lo scorso anno, rafforzano la lotta al telemarketing selvaggio e garantiranno maggiori tutele ai consumatori, ma non faranno sparire del tutto il fenomeno delle telefonate commerciali», sostiene il presidente di Consumerismo, Luigi Gabriele. r.e. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

I punti

Recensioni online la stretta

Il business delle valutazioni sul web vale 152 miliardi nel mondo ma si muove ancora senza regole Da aprile l'Italia ha una normativa, in arrivo le linee guida: lotta ai commenti falsi e cancellazioni dopo due anni

ANNA MARIA ANGELONE



Anna Maria Angelone Le nuove norme per le recensioni online sono in dirittura d'arrivo. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato, contattata da La Stampa, spiega che «la stesura delle linee guida è in corso». L'elaborazione terrà conto delle posizioni del Garante della privacy e dell'Autorità per le garanzie nelle telecomunicazioni, oltre che del "bollino" dei due ministeri competenti (Mimit e Turismo). Con il provvedimento, saranno attuate le regole in vigore dal 7 aprile e che hanno provocato i primi mugugni. Già, perché se molti plaudono all'iniziativa, più di qualcuno storce il naso.

Le disposizioni, varate nel contesto delle pmi per contrastare le recensioni false (in particolare, nel turismo e nella ristorazione), si incardinano su quattro perni. Innanzitutto, stop a qualsiasi forma di vendita, acquisto o intermediazione di recensioni online. Saranno illeciti compensi e incentivi come sconti, vantaggi o altri benefit in cambio di una valutazione positiva. E qui c'è il primo scoglio: il regolamento europeo, infatti, non vieta automaticamente le recensioni "sponsorizzate" ma impone un obbligo di trasparenza.

Per essere valide, poi, le recensioni vanno pubblicate entro 30 giorni dall'acquisto del prodotto o dalla fruizione del servizio. A riprova dell'autenticità, inoltre, serve una documentazione come ricevute fiscali o fatture.

In pratica, l'autore deve essere il reale consumatore e non pubblicare fake. Qui, i timori attengono la privacy degli utenti e l'eventuale aggravio dei "falsari": le agenzie specializzate potrebbero facilmente vendere recensioni finte complete di scontrini "taroccati".

Infine, la scadenza: dopo due anni dalla pubblicazione, le valutazioni decadranno (si vedrà se in automatico o su richiesta). Un punto criticato. «Il giudizio dei clienti ha spinto ristoratori, albergatori e commercianti a migliorare ma questo sistema non è mai piaciuto a molti, come Federalberghi e Confesercenti», rimarca Luigi Gabriele, presidente di Consumerismo no profit. «La legge non scalfisce la "fabbrica delle recensioni false" né i bot che le producono.

Se applicata come è scritta, di fatto, è la fine delle recensioni libere. Rimuovere indiscriminatamente tutto dopo due anni, lasciando solo le valutazioni più recenti, non è un criterio di merito: se ho fatto tesoro delle critiche, è corretto cancellare il passato "brutto". Ma se l'offerta è esosa o la qualità scadente da anni è bene informare dello storico. Al pari di chi ha costruito la sua reputazione con successo in anni di lavoro».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

Altrosnodo riguarda le associazioni di categoria che potranno avere il riconoscimento della qualifica di "segnalatore attendibile". Ovvero, sarebbero legittimate a avvisare e chiedere alle grandi piattaforme la rimozione di contenuti ritenuti non conformi. Ma, per molti, sbilancerebbe il rapporto a sfavore dei consumatori.

Fra i dettagli da chiarire, il perimetro dei soggetti coinvolti. C'è chi è scettico sul rispetto delle nuove norme italiane da parte di tutti.

Intanto, perché si entra in una "zona grigia". Le grandi piattaforme hanno sede legale all'estero, ognuna ha una sua policy globale e opera con un proprio algoritmo di recensioni. Molti siti e-commerce si trovano in paradisi fiscali e potrebbero non adeguarsi. E poi, c'è chi è in sospeso. «Il provvedimento è un'importante novita a favore di consumatori e aziende», precisa il presidente di Assoutenti, Gabriele Melluso. «Recensioni non trasparenti o ingannevoli alterano il corretto funzionamento del mercato e la liberta di scelta degli utenti. Ma e necessario estenderlo anche al mondo dei social network e degli influencer, dove contenuti in apparenza spontanei possono nascondere accordi commerciali non dichiarati, con effetti analoghi».

Del resto, intorno alle "5 stelle", ruota un business colossale. Secondo una stima aggiornata, le recensioni online spostano a livello globale un valore di consumi pari a 152 miliardi di dollari l'anno. Almeno tre quarti dei consumatori, ormai, le consulta regolarmente prima di decidere. Una posta molto alta. «Per come è strutturata la natura umana, tendiamo a condividere più facilmente l'esperienza negativa», sottolinea l'ingegnere Andrea Barchiesi, fondatore di Reputation Manager e fra i maggiori esperti di analisi e gestione di reputazione online. «La trasparenza e le regole sono importanti perché, secondo la nostra stima, oltre il 30% delle recensioni sono false. Va riconosciuto che le valutazioni degli utenti hanno spinto molti a cambiare in meglio. Ma il "peso delle recensioni", per le piccole e medie imprese, può essere forte: può fare la tua fortuna o rovinarti». Una recente indagine di Altroconsumo, dal titolo "The economic value of online reviews", rivela che solo il 4% degli italiani è certo di saper riconoscere tutte le recensioni false. Eppure, i consumatori sono disposti a pagare di più per un prodotto corredato di recensioni online, tanto più se "verificate". «Le valutazioni dei consumatori incidono in modo diretto e quantificabile sulla disponibilita a pagare, fungendo da moltiplicatore di fiducia e riduttore del rischio percepito», conferma Danilo Zatta, senior partner di Implement Consulting Group e autore del bestseller Pricing Revolution. «Una variazione di 0,5-1 stella nelle recensioni medie puo spostare il prezzo accettato del 5-15% in molte categorie retail e servizi, con picchi del 20-30% in settori ad alta incertezza come hospitality e beauty». Quest'estate, forse, ancora di più. «In fasi economiche difficili o di recessione, quando i consumatori tagliano spese non prioritarie e riallocano il budget verso soluzioni attente al rapporto "qualità-prezzo", le recensioni diventano piu potenti perché l'incertezza economica eleva l'avversione al rischio e spinge a cercare "prove sociali" robuste», chiosa Zatta. Insomma, un punteggio alto attrae in virtù del minore rischio "fregatura". Sempre che

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

non lo sia la recensione. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Affari & Finanza

Innovazione e mondo digitale

IL COLLOQUIO

Gianluca Maruzzella - Quando la potenza non basta da sola

La missione di indigo.ai è sbloccare il potenziale dell'IA applicata, integrando l'intelligenza artificiale nel cuore di tutti i processi aziendali La chiave è l'ingegneria del contesto Intervista al ceo e co-fondatore, Gianluca Maruzzella


IL COLLOQUIO

"Quando la potenza non basta da sola"

La missione di indigo.ai è sbloccare il potenziale dell'IA applicata, integrando l'intelligenza artificiale nel cuore di tutti i processi aziendali
La chiave è "l'ingegneria del contesto"
Intervista al ceo e co-fondatore, Gianluca Maruzzella

Dopo un biennio di stupore collettivo per l'avvento dei large language models e di timide sperimentazioni mosse più dall'entusiasmo che dalla strategia, l'anno scorso e i primi mesi del 2026 hanno consolidato una consapevolezza: l'intelligenza artificiale non è più una curiosità hi-tech, ma una voce strutturale e prioritaria nei budget delle aziende.

Eppure, nonostante le capacità tecniche dell'AI siano in crescita esponenziale, l'adozione reale nei processi core delle imprese resta ancora bassa.

«Questo è il primo anno in cui le aziende hanno davvero messo a budget l'intelligenza artificiale. Le imprese hanno capito che questa tecnologia è qui per rimanere e che bisogna riorganizzare il Dna aziendale per accoglierla - osserva Gianluca Maruzzella, chief executive officer e co-fondatore di indigo.ai - C'è però un oceano tra chi dice di aver messo a disposizione dei lavoratori ChatGpt e altri modelli e chi li utilizza davvero per creare valore». L'osservatorio di Maruzzella è l'osservatorio di un'azienda che dal 2016 sviluppa soluzioni di intelligenza artificiale conversazionale. E che, dopo 10 anni di sviluppo tecnologico sostenuto dall'ultimo round di investimento da 10 milioni di euro guidato dal Gruppo Azimut di inizio 2025, si sente al posto giusto nel momento giusto di fronte alla rivoluzione "agentica" dell'AI. «Noi siamo nati in tempi non sospetti e oggi ci poniamo come un layer di orchestrazione e costruzione di agenti AI capace di utilizzare un'intelligenza diffusa, indipendentemente dal modello sottostante. La tecnologia, nel frattempo, è cambiata tante volte, ma l'esigenza delle imprese è rimasta la stessa».

La differenza rispetto al passato, spiega il ceo di indigo.ai, la fa soprattutto l'approccio strategico delle aziende che scelgono di affrontare a viso aperto alcuni limiti chiave, a partire dall'immobilismo. «Il coraggio è fondamentale perché spesso la compliance viene percepita come un freno, ma il più grande rischio oggi è rimanere fermi. Paradossalmente, il divario aumenta così tanto che l'attesa diventa il pericolo maggiore. Non si può aspettare che tutto sia perfetto prima di fare qualcosa». L'altro nodo riguarda le competenze: «Cercare solo data scientist è quasi inutile perché il data scientist non trasforma l'organizzazione. Non è solo una questione tecnologica: anche e soprattutto il business deve prendere consapevolezza che l'AI è di sua competenza e cercare di sfruttarla per innescare un cambiamento. E poi serve organizzazione di processo. Il valore più grande si estrae proprio quando i processi sono organizzati: non si può prendere l'AI e integrarla nel caos, sperando che magicamente cambi l'azienda».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Su questo mix di organizzazione, precisione e profondità si innesta la filosofia di indigo.ai, che non ha nulla a che fare con l'ossessione per la potenza dei modelli. «La sfida non è utilizzare il modello più potente, ma trovare il dato giusto, al momento giusto, al posto giusto, da fornire all'agente giusto per realizzare l'obiettivo che gli è stato effettivamente indicato». In due parole "context engineering", ossia selezionare, strutturare e ottimizzare le informazioni utilizzate dal modello per migliorare l'accuratezza del risultato finale. «Usare la forza bruta, ovvero i modelli più complessi per ogni task, è insostenibile: rende il sistema lento e ogni chiamata può costare carissima». L'altro elemento chiave è l'architettura multi-agente, pensata per avere diversi livelli di controllo e quindi più accuratezza finale. «Quando si invia una richiesta al modello viene spacchettata in tante singole richieste che attivano diversi agenti competenti che lavorano in parallelo. Per i settori più regolamentati prevediamo funzionalità di ipercontrollo: finché non arriviamo a una piena convergenza tra i diversi agenti, la risposta non viene erogata. È un compromesso gestibile: sacrifichiamo qualche millisecondo di velocità per garantire un'accuratezza totale». Gli esempi applicativi spaziano dalla pre-vendita nel credito al consumo al supporto alle reti vendita interne. L'obiettivo dichiarato di indigo.ai è dunque sbloccare il potenziale della cosiddetta "Applied AI", integrando l'intelligenza artificiale nel cuore dei processi aziendali. Tra regolamentazione, tempismo e internazionalizzazione, sottolinea Maruzzella, il terreno fertile non manca: «L'AI Act ci mette in una posizione interessante. Essere i primi a definire uno standard consente di eliminare l'incertezza e giocare la gara dell'applicazione tecnologica nel tessuto imprenditoriale europeo, che è estremamente rilevante a livello globale. Forse noi siamo arrivati troppo presto nel 2016, ma questo è diventato un vantaggio enorme perché intanto abbiamo sviluppato una tecnologia pronta per prendere la potenza dei modelli e convogliarla in un contesto enterprise sicuro. Adesso dobbiamo consolidare questa posizione in Italia e guardare oltre i confini nazionali». a.fr. ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

Affari & Finanza

Innovazione e mondo digitale

LO SCENARIO

L'avanzata tecnologica tra record e ombre

L'intelligenza artificiale generativa avanza tra investimenti miliardari e aggiornamenti dei modelli. Profondo divario di fiducia tra esperti e cittadini, nodi irrisolti di sicurezza e trasparenza

Andrea Frollà


L'avanzata tecnologica tra record e ombre

L'intelligenza artificiale generativa avanza tra investimenti miliardari e aggiornamenti dei modelli. Profondo divario di fiducia tra esperti e cittadini, nodi irrisolti di sicurezza e trasparenza

Andrea Frollà

«L'intelligenza artificiale generativa è stata adottata da quasi il 53% della popolazione globale in tre anni. Le principali aziende che sviluppano AI stanno raggiungendo una scala di ricavi significativa in una frazione del tempo impiegato dalle precedenti generazioni tecnologiche. E l'investimento aziendale globale in intelligenza artificiale è più che raddoppiato nel corso del 2025. I dati non puntano in un'unica direzione, rivelano un campo che sta scalando più velocemente di quanto i sistemi intorno ad esso riescano ad adattarsi». La sintesi di Yolanda Gil e Raymond Perrault, co-chair dello Stanford AI Index Report 2026, è la fotografia di una tecnologia che tra velocità di sviluppo, tasso di adozione e investimenti globali sta continuando a macinare record in serie. Nonostante alcuni paradossi e limiti di varia natura (tecnici, finanziari, ambientali e di sicurezza), il maxi tagliando dello studio elaborato dallo Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence certifica anche quest'anno un'avanzata inarrestabile, che non ammette grandi stop and go o pause di riflessione. La sfida posta dall'intelligenza artificiale generativa, spiegano gli analisti, non è la progressione tecnologica ma la capacità dei sistemi che la adottano o su cui impatta di adattarsi alla progressione stessa. Siamo infatti di fronte a una tecnologia che è diventata di massa più velocemente del personal computer e di Internet. Il rapporto smentisce innanzitutto qualsiasi ipotesi di una fase di stallo. Al contrario, le capacità dell'intelligenza artificiale stanno accelerando e raggiungendo più persone che mai. Nel corso del 2025 l'industria dell'AI ha prodotto oltre il 90% dei modelli di frontiera tecnicamente degni di nota e la maggior parte di questi sistemi riesce ormai a soddisfare o superare i parametri di riferimento umani sulle domande scientifiche di un dottorato, il ragionamento multimodale e la matematica competitiva. Sul coding invece non sembra esserci più partita: secondo le rilevazioni basata sul software engineering benchmark, che misura le capacità dei modelli di intelligenza artificiale di risolvere problemi legati alla programmazione e all'ingegneria del software, le prestazioni sono aumentate dal 60% al 100% nell'ultimo anno.

Gli stessi analisti dell'istituto invitano tuttavia a non fidarsi ciecamente e solamente dei benchmark di prestazione tecnica, o quantomeno a inquadrarli all'interno di un contesto più ampio. La crescita esponenziale dei modelli e delle loro capacità nasconde infatti quella che i ricercatori definiscono come "frontiera frastagliata dell'AI". È il paradosso di modelli che possono vincere una medaglia d'oro alle Olimpiadi Internazionali della Matematica, ma al tempo stesso non riescono a leggere l'ora in modo affidabile. «Se guardiamo la frontiera tecnica i modelli leader sono ormai quasi indistinguibili tra

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

loro.

Ma mentre i modelli convergono, gli strumenti usati per valutarli faticano a mantenere una rilevanza. I benchmark sono saturi, i laboratori di frontiera divulgano meno informazioni e i test indipendenti non sempre confermano quanto riportato dagli sviluppatori», sottolineano Gil e Perrault.

Questa difficoltà di valutazione si riflette in particolare nell'ambito della cosiddetta "AI responsabile", ossia l'intelligenza artificiale costruita per non causare danni, e in particolare sulla sicurezza. Mentre le capacità tecniche volano, la rendicontazione sulla sicurezza rimane frammentata e opaca. Il risultato è un aumento degli incidenti documentati, saliti a quota 362 nel 2025 (erano stati 233 nel 2024). Tra questi rientrano ad esempio risposte discriminatorie, non etiche o allucinazioni su dati

legali e sanitari. Qui si segnala un problema di equilibrio tra le varie leve, perché aumentare la sicurezza può diminu

ire l'accuratezza. Legato a doppia mandata alla sicurezza e alla responsabilità è anche il tema della sovranità dell'intelligenza artificiale, che sta diventando una caratteristica distintiva della politica nazionale. Sebbene la produzione di modelli rimanga concentrata negli Stati Uniti e in Cina, in tutto il mondo stanno emergendo strategie nazionali di governo, analisi e investimento, specialmente nelle economie in via di sviluppo. Gli investimenti statali nel supercalcolo per l'intelligenza artificiale sono in aumento, a testimonianza delle crescenti ambizioni di controllo nazionale sugli ecosistemi tecnologici. Senza dimenticare lo sviluppo open source che sta lievemente ridistribuendo i pesi globali, abilitando modelli e benchmark linguisticamente più diversificati. In questa cornice rientrano le varie iniziative legislative che si sono succedute nel corso del 2025, con diversi governi nazionali e sovranazionali che si sono mossi in direzioni diverse. Se all'approccio regolamentare dell'AI Act ha fatto da contraltare la deregulation degli Stati Uniti, alcuni Paesi come il Giappone, la Corea del Sud e la stessa Italia hanno approvato leggi nazionali sull'AI. Oltre la metà delle strategie nazionali adottate di recente si registra nei paesi in via di sviluppo, che di fatto entrano nel panorama della politica dell'innovazione per la prima volta. «La sovranità dell'AI - spiegano i co-chair dello Stanford AI Index Report 2026 - è emersa come principio organizzatore centrale in ognuna di queste iniziative».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Economia del Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

La startup per la formazione aziendale che aiuta a ridurre i costi Syllog, l'Ai insegna ai dipendenti (e guarda all'estero)

Syllog, l'Ai insegna ai dipendenti (e guarda all'estero)

CARLOTTA CLERICI


AURORA PER LE PMI UNA CALL DA 150 MILIONI

DENARO AL FEMMINILE LA SFIDA DA VINCERE

La startup per la formazione aziendale che aiuta a ridurre i costi

Syllog, l'Ai insegna ai dipendenti (e guarda all'estero)

L'intelligenza artificiale è una tecnologia agnostica: il senso per l'utilizzo lo dà sempre un essere umano». Così Edoardo Anselmi, ceo e co-founder, racconta la filosofia di Syllog. La startup, fondata da Anselmi insieme all'amico Davide Ludovico a Prato nel 2023, opera nel settore delle tecnologie per la formazione aziendale, con l'obiettivo di trasformare il modo in cui le imprese trasferiscono conoscenza.

La crescita di Syllog è accompagnata anche da un percorso di incubazione con il Politecnico di Torino e da un team di 15 persone che lavorano da remoto in dieci regioni diverse. «Si tratta di un approccio sempre più diffuso, soprattutto tra le nuove generazioni. Il nostro è un team giovane, con un'età media intorno ai 30 anni, orientato agli obiettivi, ma attento anche al benessere personale», racconta Anselmi.

Alla base di Syllog c'è un'idea semplice: trasformare i documenti aziendali in formazione. Un'esigenza particolarmente sentita in settori regolati e complessi (per esempio, banche, assicurazioni, manifatturiero e farmaceutico) dove la formazione continua è obbligatoria e rappresenta un costo non banale. «In pratica, convertiamo manuali e procedure in corsi pronti all'uso in pochi minuti. Nelle aziende, del resto, ci sono manuali, procedure e normative che, spesso, restano chiusi in file statici, difficili da usare per formare davvero le persone.

La nostra piattaforma utilizza l'intelligenza artificiale per convertirli automaticamente in corsi interattivi, video o podcast», spiega Anselmi. Il processo è immediato: l'azienda carica i propri contenuti, seleziona lingua e formato e l'Ai genera in pochi minuti un percorso formativo completo, che può essere modificato e aggiornato nel tempo. «Inoltre, la piattaforma può essere utilizzata come soluzione completa oppure integrata nei sistemi aziendali già esistenti», aggiunge il ceo. Un vantaggio non secondario riguarda l'aspetto economico: «I costi della formazione tradizionale sono elevati: in Italia un corso e-learning di un'ora può arrivare anche a seimila euro.

Con la nostra piattaforma si scende a circa 300. Questo permette di lavorare in scala, riducendo la dipendenza dalle consulenze esterne e migliorando l'interazione tra persone e tecnologia», sottolinea il ceo.

I numeri raccontano una crescita ancora agli inizi ma promettente: l'obiettivo è superare il primo milione di euro nel 2026 e crescere a doppia cifra anno su anno. «In alcune aziende, con la nostra piattaforma, il tasso di completamento dei corsi è passato dal 40% all'80%, con picchi fino al 90%. Significa che

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

i contenuti sono più efficaci e vengono davvero utilizzati», dice Anselmi. Non mancano i progetti per il futuro: «Dal prossimo anno puntiamo all'espansione in Germania, Francia e Spagna, mercati simili all'Italia dal punto di vista normativo. Stiamo lavorando anche su esperienze sempre più immersive, come simulazioni di attacchi hacker per la formazione sulla sicurezza», anticipa il ceo. L'intelligenza artificiale, in questa prospettiva, diventa uno strumento di accelerazione e non di sostituzione. «Può supportare la creazione e l'aggiornamento dei contenuti, ma non può sostituire il valore del confronto umano, del coaching o dell'esperienza diretta», conclude Anselmi.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

Dagli allarmi di Dario Amodei agli studi empirici, la produttività cresce (e già si misura) Il vero problema è che gli effetti non sono lineari e non tutti ne traggono vantaggi

I VERI DATI CAMBIARE CON L'AI SI PUÒ

DANIELE MANCA e GIANMARIO VERONA


Scenari

LE OPINIONI

Batterie allo stato solido: a che punto siamo?

La Cina vuole espandersi Opportunità per l'Italia

Il progresso nel ciclismo pedala sempre più veloce

Benefici per tutti dalle missioni spaziali

Dagli allarmi di Dario Amodei agli studi empirici, la produttività cresce (e già si misura)
Il vero problema è che gli effetti non sono lineari e non tutti ne traggono vantaggi

I VERI DATI
CAMBIARE CON L'AI SI PUÒ

DANIELE MANCA e GIANMARIO VERONA

La replica

Risultati

segue dalla prima paginaScontando il po' di marketing che comunque caratterizza l'azienda del neo-miliardario imprenditore italo-americano, a furia di prompt e training, i modelli americani e cinesi stanno in effetti trasformando in macchine superintelligenti. Anche se è diventata virale durante l'ultimo Superbowl la pubblicità della Claude di Anthropic, in cui si ribadiva la natura etica e distante dalle logiche commerciali (esempio eccelso di marketing), resta inquietante nel saggio la metafora dello stato virtuale composto da 50 milioni di premi Nobel di tutte le discipline che possono prendere il controllo sulle decisioni mondiali legate al mondo della scienza, dell'economia e della politica. Oltre a ridefinire il concetto di produttività del mondo del lavoro (mettendolo in ginocchio!), potrebbero mettere sotto scacco qualsiasi potenza in questo mondo.

La replica Altrettanto affascinante la risposta di Andrea Pignataro, fondatore e proprietario di ION, che evidenzia come la descrizione di Amodei punti a un'apocalisse sbagliata in cui si guardano tecnica e tecnologia Ai avulse dalla complessità della grammatica del linguaggio delle istituzioni, su cui invece occorrerebbe nel breve focalizzarsi per una governance equilibrata di chi gestisce la macchina e le sue conseguenze.

Lasciando ai nuovi grandi della terra e, speriamo, anche a politici ed esperti di etica, le riflessioni su questa deriva più o meno inquietante cui l'Ai ci pone di fronte, guardiamo ad alcune evidenze empiriche recentemente prodotte da chi l'intelligenza artificiale la studia sul campo. In proposito due studi ci paiono lampanti su potenziale e frizioni che l'Ai sta ponendo. Le ricerche recenti di Erik Brynjolfsson di Stanford mostrano che l'Ai generativa ha un impatto positivo sulla produttività, soprattutto in contesti lavorativi strutturati. In uno studio su circa 5.000 operatori di customer service, l'introduzione di un assistente Ai ha aumentato la produttività media di circa il 14-15%, misurata come numero di problemi risolti. L'effetto però non è uniforme: i lavoratori meno esperti registrano miglioramenti più marcati (fino al +30-35%), mentre quelli più esperti beneficiano poco. Questo perché l'Ai incorpora e diffonde le migliori pratiche, funzionando come una forma di training in tempo reale che riduce il divario di competenze.

Oltre alla quantità, l'Ai migliora la qualità del lavoro: le interazioni risultano più efficaci e la soddisfazione dei clienti aumenta. In ogni caso l'intelligenza artificiale accelera l'apprendimento dei lavoratori, contribuendo alla formazione di capitale umano. A livello macroeconomico, Brynjolfsson interpreta questi risultati come segnali iniziali di un possibile aumento della produttività economica

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

complessiva, anche se con il tipico ritardo delle tecnologie generaliste, che richiedono cambiamenti organizzativi prima di dispiegare pienamente i benefici. E giunge a stimare un 2,7% di aumento della produttività degli Stati Uniti. Tuttavia, l'impatto non è privo di criticità: alcune evidenze indicano una riduzione della domanda per ruoli entry-level e una forte dipendenza dal modo in cui le aziende integrano l'Ai nei processi.

In un altro importante studio disegnato da un team di ricercatori di Harvard, MIT e Wharton, che ha coinvolto 700 professionisti di una delle più grandi società di consulenza mondiale, è stata studiata la performance dei lavoratori verificando l'impatto dell'impiego dell'Ai per risolvere problemi sia tradizionali sia innovativi. Il tutto è stato fatto con una metodologia sperimentale che permette la comparazione con professionisti che l'intelligenza artificiale non la impiegavano e quelli che la impiegavano. Il risultato significativo dello studio è la presenza di un impatto meno uniforme del previsto. Mentre siamo soliti a pensare a uno spostamento uniforme della frontiera tecnologica - ad esempio, in diversi esperimenti nel campo degli scacchi, la macchina intelligente batte Sapiens, ma la macchina intelligente è battuta da Sapiens che impiega la macchina intelligente nel gioco - i risultati fanno vedere che l'esito dipende da una serie di fattori contestuali che a volte producono un risultato non scontato. A volte la combinazione uomo macchina migliora, ma a volte addirittura è penalizzante. Insomma, viene da dire "dipende!

" - classica parola usata in consulenza e nelle scienze sociali. Gli autori parlano di frontiera tecnologica frastagliata in quanto appunto ha una curvatura a zigzag che non migliora tutte le prestazioni ma solo alcune.

Risultati Alla fine, occorre comprendere sul campo se la grammatica della complessità sociale e istituzionale avrà o no la meglio sulla tecnologia. E, a prescindere dagli scenari di lungo termine più o meno catastrofici, dovremmo certamente far nostro il messaggio della Psiche e Techne di Umberto Galimberti: ricordarci di creare senso nell'impiego della tecnologia per evitare che diventi essa stessa un fine e prenda il sopravvento in questa nuova modernità che stiamo vivendo con le macchine intelligenti.© RIPRODUZIONE RISERVATA.