Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 20 giugno 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 20 giugno 2026

Coop Alleanza 3.0

20/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 40 *NICOLA SALDUTTI* 4
Domenico Livio Trombone: «Nuovi consumi, priorità ai giovani. Così le cooperative restano centrali»

20/06/2026 **GdoWeek** Pagina 16 *Barbara Trigari* 6
Più efficienza e convenienza per recuperare quote

Area Emilia Romagna

20/06/2026 **Estense** 8
Il 3 luglio arriva al Lido di Spina il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza

Area Sud e Isole

19/06/2026 **Il nuovogiornal** 9
I diciottenni di Gragnano hanno ricevuto una copia della Costituzione

Controllate e partecipate

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 13 *Franco Paparella* 11
L'Opas di Intesa Sanpaolo su Mps: strategia e stabilità

20/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 19 *Andrea Deugeni e Luca Gualtieri* 13
I quaranta semafori

20/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 39 *FEDERICO DE ROSA E DANIELA POLIZZI* 16
Banco Bpm e MontePaschi vanno avanti sull'ipotesi nozze

20/06/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 10 18
Mps, la settimana della verità. Le due offerte sul tavolo del cda

20/06/2026 **La Sicilia** Pagina 20 20
Incidenti, l'emergenza resta in città la prevenzione passa dai dati e dall'IA

Coop e Cooperazione

19/06/2026 **Alimentando** 21
Le inefficienze che frenano il largo consumo

20/06/2026 **Il Secolo XIX** Pagina 23 *MATTEO DELL'ANTICO* 23
Assemblea Coop Liguria, Pittalis ancora presidente «Bilanci in perfetta salute»

20/06/2026 **La Repubblica (ed. Genova)** Pagina 6 25
Coop Liguria, Roberto Pittalis confermato presidente

20/06/2026 **La Stampa (ed. Novara)** Pagina 57 *CRISTINA PASTORE* 26
Stresa, ecco i conti Nova Coop Il fatturato è di 1,2 miliardi

20/06/2026 **Il Tirreno** Pagina 31 28
Il fondo regionale Sct investe in Uniport Operazione da quasi 900mila euro

Concorrenza GDO

19/06/2026 **Affari Italiani** 30
Spesa, scatta il piano estate: prezzi bloccati nei supermercati

19/06/2026 **Distribuzione Moderna** 31
Scuter collabora con Esselunga per unire convenienza e sostenibilità

19/06/2026 **Distribuzione Moderna** 32
Lidl insieme a filiera agricola italiana per valorizzare i protagonisti dell'ortofrutta

20/06/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Pesaro)** Pagina 51 33
Il cinema "Metauro" è chiuso da qualche decennio Ora un progetto e Conad possono farlo risorgere

20/06/2026 **La Voce di Mantova** Pagina 20 34
DUE TONNELLATE DI GENERI ALIMENTARI PER LE PERSONE IN DIFFICOLTÀ

20/06/2026 **Gazzetta di Mantova** Pagina 23 *Camilla Sorregotti* 35
Ruba la spesa e minaccia la security con il coltello

20/06/2026 **Cronaca Qui** Pagina 17 36
Spaccata al supermercato E' la seconda in una settimana

Economia, consumi e società

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 20 *Emiliano Sgambato* 37
Alimentare, redditività in calo ma regge l'export

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 20 *Maria Teresa Manuelli* 38
Gelati industriali, i supermercati guidano la ripresa delle vendite

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 20 *M.T.M.* 40
Più sostenibilità con packaging riciclabile e ingredienti certificati

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 21 *Emiliano Sgambato* 41
Finanziamenti poco accessibili per il 70% delle start up del food

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 22 *A. Bio.* 43
Tlc, su frequenze ipotesi rinnovo con impegni

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 27 *Flavia Landolfi , Giuseppe Latour* 44
Piano casa, negozi e alberghi per sostenere gli investimenti privati

20/06/2026 **La Stampa** Pagina 12 *MARCO BRESOLIN* 46
Squilibrio insostenibile Bruxelles prepara la difesa contro le merci cinesi

20/06/2026 **La Stampa** Pagina 13 *ANDREA ROSSI* 48
Emanuele Orsini - "Agire ora su energia, difesa e capitali così Pechino rischia di sopraffarci"

20/06/2026 **Milano Finanza** Pagina 43 *CARLO GIURO* 50
Previdenza in azienda

Innovazione e mondo digitale

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 16 *Andrea Marini* 52
Piccole imprese, il 17% pianifica un team sull'AI

20/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 24 *Biagio Simonetta* 54
Google punta a sfidare Nvidia nei chip per l'intelligenza artificiale

20/06/2026 **Italia Oggi** Pagina 5 *RICCARDO RUGGERI* 56
Conseguenze inevitabili dell'IA

Corriere della Sera

Coop Alleanza 3.0

L'intervista

Domenico Livio Trombone: «Nuovi consumi, priorità ai giovani. Così le cooperative restano centrali»

Trombone (Coop Alleanza 3.0): più reattivi

NICOLA SALDUTTI


ECONOMIA

«Nuovi consumi, priorità ai giovani Così le cooperative restano centrali»

Trombone (Coop Alleanza 3.0): più reattivi

TAOBUK

20.06

21.06

«Il processo di consolidamento, di integrazione, nel settore della grande distribuzione andrà avanti. Stanno cambiando le abitudini di consumo, sarà sempre più necessario un rapporto di collaborazione con le filiere, l'attenzione ai cambiamenti della società. Per questo dovremo essere pronti e avere velocità di reazione. Andare avanti sul modello di una Coop Alleanza 3.0 davvero unica, con una governance più snella». Domenico Livio Trombone, di mestiere fa il commercialista, ma da tre anni guida Coop Alleanza 3.0, la prima cooperativa del sistema Coop Italia, terza insegna della grande distribuzione in Italia con un fatturato che sfiora i 6 miliardi, una rete di 348 punti vendita e oltre 2,2 milioni di soci.

Tre anni di grandi cambiamenti, se solo pensiamo all'impatto dell'inflazione sulle famiglie?

«Vengo da un giro per l'Italia, ho partecipato alle nostre assemblee territoriali, 99. Abbiamo attraversato anni difficili, ma la fusione ormai è una realtà, anche se dovremo andare ancora avanti nell' integrazione della governance. Le do un numero: per far fronte all'aumento dei prezzi abbiamo investito in convenienza 141 milioni. Le iniziative per calmierare i prezzi significano un impegno di 11milioni solo nei primi mesi di quest'anno.

E' anche per questo che la sfida si può vincere con un rapporto stretto con le filiere.» Le filiere? «Sì, dobbiamo continuare a garantire la qualità e questo si può fare soltanto se in questa fase di grande trasformazione riusciamo ad aiutarle. Ormai sono tutte certificate. I costi di trasporto e di energia stanno crescendo, non possiamo riversarli sui clienti. Dobbiamo quindi occuparci ancora di più del percorso che fanno i prodotti per arrivare sui nostri scaffali, dalla produzione e delle filiere. Per conservare la qualità. Stiamo investendo molto sulla rete, che vogliamo rendere sempre più accogliente, investimenti per circa 100 milioni anche per logistica e innovazione. Negli ultimi tre anni abbiamo investito 300 milioni nell'ammodernamento e nell' efficientamento. Direi che in questa fase il primo impatto è la bellezza dei luoghi nei quali le persone vengono a comprare, ancora prima dell'offerta commerciale» I supermercati sono anche un sensore della società che cambia «Direi antenne molto sensibili. Abbiamo osservato come le famiglie per il timore dell'incremento delle bollette abbiamo cominciato a risparmiare già a gennaio per quelle di marzo. Per questo abbiamo proposto il prezzo bloccato.

Ma vediamo anche che la composizione delle famiglie cambia, molti più nuclei composti da una sola persona. E poi i nuovi italiani, che provengono da ogni parte del mondo con le loro abitudini alimentari. L'immigrazione è un fenomeno che sta cambiano la società. Dobbiamo servire questi nuovi clienti, adattare e anticipare

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

l'offerta. Rivolgerci di più ai giovani e investire di più su di loro» Lo dicono in molti, lo fanno in pochi «Noi ci crediamo. Abbiamo realizzato team di lavoro composti da giovani, l'età della popolazione sta crescendo ma non dobbiamo perdere di vista le nuove generazioni. Affidandogli anche più incarichi di responsabilità. in fondo questo è anche il dna della cooperazione» A proposito di questo, i giovani cercano un senso al loro lavoro, spesso...

«Per questo i principi della cooperazione, che deve raggiungere sostenibilità economica senza perdere di vista i valori, la partecipazione dei soci, la governance allargata, sono molto vicini alle nuove generazioni. Vediamo che chi inizia a lavorare nelle coop, spesso ci rimane perché aderisce a un progetto che era sostenibile prima che arrivassero gli obiettivi dell'Onu. Pensi al progetto Green Rock, che stiamo realizzando con Vasco Rossi, dai pasti alla logistica sostenibile. Ecco, i giovani vanno ingaggiati di più. Meglio farli sbagliare che perdere l'occasione del nuovo che possono portare» Oggi ci sarà l' assemblea, quali sono le linee guida del futuro ?

«Dovremo diventare ancora di più un'azienda unica, da Lecce a Trieste sentirci un'unica impresa. Certo, legati ai territori ma in questo mondo competitivo bisogno essere più integrati. Vorremmo andare gradualmente dalla governance tradizionale a quella dualistica, un consiglio che dia gli indirizzi strategici e un consiglio di gestione, operativo. Serve più snellezza. Ora il cda è composto di 31 persone. Bisogna essere veloci per cogliere le occasioni» Come Gs poi andata a Mastrolia «Diciamo che la velocità nelle decisioni avrebbe potuto aiutarci. Io sono convinto che il modello cooperativo risponda benissimo alle esigenze attuali di coinvolgimento, valori, sostenibilità. Si tratta solo di renderlo un po' più veloce».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

GdoWeek

Coop Alleanza 3.0

Più efficienza e convenienza per recuperare quote

Dopo il miglioramento dei conti, Coop Alleanza 3.0 guarda al nuovo piano triennale puntando su rete rinnovata, prezzi ribassati, con nuovi vantaggi per i soci, e digitale

Barbara Trigari


RETAIL & RETAIL

La rete di Coop Alleanza 3.0

Più efficienza e convenienza per recuperare quote

Dopo il miglioramento dei conti, Coop Alleanza 3.0 guarda al nuovo piano triennale puntando su rete rinnovata, prezzi ribassati, con nuovi vantaggi per i soci, e digitale

Barbara Trigari

38,5 mln €
Utile di bilancio consolidato di gruppo

50,2 mln €
Utile di bilancio consolidato di Cooperativo

-15,1 mln €
Gestione retail

5.869 mln €
Vendite e insegne

+2,3%
Trend vendite a valore

31%
Incidenze sulle vendite dei prodotti Coop

Quest'anno presentiamo un bilancio d'esercizio consolidato per il 2025 di tutto rispetto -ha dichiarato Domenico Trombone, presidente di Coop Alleanza 3.0-. Possiamo, quindi, dire di aver invertito una tendenza che ci vedeva, da anni, con segni negativi. L'anno scorso avevamo raggiunto un risultato importante; quest'anno abbiamo migliorato ancora le nostre performance, con un consolidato che chiude con un utile di 38,5 milioni e un risultato cooperativo di 50,2 milioni. Tra il 2016 e il 2025 siamo passati da perdite importanti a risultati positivi -prosegue Trombone- anche se rimane da colmare un gap di 15 milioni di euro. Il miglioramento è evidente a conferma di essere sulla strada giusta. In attesa del piano industriale del prossimo triennio, i numeri parlano di una crescita delle vendite a valore pari al 2,3%, trainata dai freschissimi (+38,4 milioni, +3% a volume) e dall'ortofrutta (+23,3 milioni, +5,3% a volume), con il reparto grocery stabile. In crescita gli scontrini di clienti non soci, dato letto come un ampliamento della penetrazione, a quote di mercato stabili. Tra i risultati attivi anche quelli legati alle gestioni non retail, ovvero la gestione immobiliare, quella finanziaria e le partecipate (vedi box). Il prestito sociale è un altro capitolo di bilancio in attivo: 2 miliardi e 851 milioni in totale, in crescita di 16 milioni rispetto al 2024, con una remunerazione media dell'1,5%, in aumento del +0,4%. Per quanto riguarda gli investimenti, nel 2025 sono stati orientati per lo più verso rete di vendita e politiche di convenienza. In particolare, 102 milioni sono state assorbiti tra nuove aperture (3) e ristrutturazioni (40), grazie alle quali nell'ultimo triennio circa il 50% della rete è stato aggiornato al format più recente; 30 milioni sono stati spesi per sostenere la convenienza, con l'aggiunta di ulteriori 11 milioni a inizio 2026 per fronteggiare gli aumenti dei prezzi con 1.000 prodotti a prezzo ribassato per i soci, a rotazione mensile dal 30 aprile. A gennaio e febbraio i consumi hanno tenuto -spiega il presidente-, a marzo, invece, la tendenza si è invertita: la sensazione è che ci sarà una flessione nei prossimi mesi, ma molto dipenderà da come evolve la situazione (l'articolo è stato scritto a inizio maggio, ndr). Non penso a una carenza a scaffale, ma mi aspetto un aumento graduale dei prezzi, soprattutto dei prodotti che viaggiano su gomma. Obiettivi futuri? Nel prossimo triennio vogliamo, in primis, recuperare quote di mercato, diventando molto più efficienti nei processi industriali. Le sfide principali riguardano il modello ipermercato, che soffre di più rispetto a supermercato e superstore, una sfida non solo per Coop, e il tema degli ammanchi inventariali, una problematica spinosa, non solo italiana. Tra le strategie di efficientamento, la possibile integrazione della partecipata Digitail in Coop Alleanza 3.0, per migliorare la gestione e gli investimenti anche nell'ambito

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

delle soluzioni eCommerce. Il mercato considera Digitail una delle migliori realtà nel suo campo, a conferma che la strada dell'investimento anche su questo canale è quella corretta. Un plus che ben si adatta alle nostre strategie, conclude Trombone.

Estense

Area Emilia Romagna

Il 3 luglio arriva al Lido di Spina il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza


Estense

Il 3 luglio arriva al Lido di Spina il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza

06/20/2026 00:04

Lido di Spina. Arriva a Lido di Spina il 3 e 4 luglio il Beauty Summer Tour 2026, il nuovo progetto itinerante di Coop Alleanza 3.0 che porta "La bellezza di essere me" fuori dai negozi e direttamente nei luoghi dell'estate. Dal 19 giugno al 22 luglio il tour farà tappa in alcune delle principali località balneari dell'Adriatico, tra Emilia-Romagna, Veneto, Marche, Abruzzo e Puglia, con spazi dedicati alla bellezza, alla cura di sé, al benessere e alla leggerezza. Un'occasione per scoprire prodotti e novità, lasciarsi ispirare dai trend dell'estate, partecipare ad attività e momenti di intrattenimento in spiaggia, mettersi alla prova con giochi e sfide e tentare la fortuna per aggiudicarsi gadget, premi e buoni sconto. Il Beauty Summer Tour 2026 nasce nell'ambito de "La bellezza di essere me", lo spazio dei negozi di Coop Alleanza 3.0 dedicato alla cura della persona e al benessere di ognuna e ognuno. Con questa nuova iniziativa, la Cooperativa porta l'esperienza beauty anche nei luoghi della vacanza e del tempo libero, con un format fresco, accessibile e coinvolgente, pensato per accompagnare l'estate con proposte dedicate a chi vuole prendersi cura di sé anche sotto l'ombrellone. Tra una passeggiata sul lungomare, una giornata al mare e un momento dedicato al relax, il tour offrirà tante occasioni per vivere la bellezza in modo semplice, divertente e quotidiano. Negli spazi del Beauty Summer Tour sarà possibile partecipare ad attività pensate per il pubblico, conoscere prodotti dedicati alla bellezza e al benessere e vivere momenti di convivialità in un'atmosfera estiva e informale.

Lido di Spina. Arriva a Lido di Spina il 3 e 4 luglio il Beauty Summer Tour 2026, il nuovo progetto itinerante di Coop Alleanza 3.0 che porta "La bellezza di essere me" fuori dai negozi e direttamente nei luoghi dell'estate. Dal 19 giugno al 22 luglio il tour farà tappa in alcune delle principali località balneari dell'Adriatico, tra Emilia-Romagna, Veneto, Marche, Abruzzo e Puglia, con spazi dedicati alla bellezza, alla cura di sé, al benessere e alla leggerezza. Un'occasione per scoprire prodotti e novità, lasciarsi ispirare dai trend dell'estate, partecipare ad attività e momenti di intrattenimento in spiaggia, mettersi alla prova con giochi e sfide e tentare la fortuna per aggiudicarsi gadget, premi e buoni sconto. Il Beauty Summer Tour 2026 nasce nell'ambito de "La bellezza di essere me", lo spazio dei negozi di Coop Alleanza 3.0 dedicato alla cura della persona e al benessere di ognuna e ognuno. Con questa nuova iniziativa, la Cooperativa porta l'esperienza beauty anche nei luoghi della vacanza e del tempo libero, con un format fresco, accessibile e coinvolgente, pensato per accompagnare l'estate con proposte dedicate a chi vuole prendersi cura di sé anche sotto l'ombrellone. Tra una passeggiata sul lungomare, una giornata al mare e un momento dedicato al relax, il tour offrirà tante occasioni per vivere la bellezza in modo semplice, divertente e quotidiano. Negli spazi del Beauty Summer Tour sarà possibile partecipare ad attività pensate per il pubblico, conoscere prodotti dedicati alla bellezza e al benessere e vivere momenti di convivialità in un'atmosfera estiva e informale.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il nuovogiornal

Area Sud e Isole

I diciottenni di Gragnano hanno ricevuto una copia della Costituzione


Il nuovogiornal

I diciottenni di Gragnano hanno ricevuto una copia della Costituzione

06/19/2026 08:33

Nella prima domenica successiva al 2 giugno, 80° anniversario della elezione dell'Assemblea Costituente, l'Amministrazione di Gragnano ha chiamato a raccolta i diciottenni del territorio per consegnare loro la Costituzione italiana, i cui testi sono stati donati da Coop Alleanza 3.0. Come ricordava Pietro Calamandrei, padre costituente, ai giovani dell'Università di Milano, in un famoso discorso sulla Costituzione del 1955, il cui sonoro è stato riproposto, in estratto, ai giovani gragnanesi: " La Costituzione non è una macchina che una volta messa in moto va avanti da sé. La Costituzione è un pezzo di carta, la lascio cadere e non si muove: perché si muova bisogna ogni giorno rimetterci dentro il combustibile; bisogna metterci dentro l'impegno, lo spirito, la volontà di mantenere queste promesse, la propria responsabilità". Quello di Calamandrei è in sostanza l'invito alla partecipazione alla vita del proprio Paese e della propria comunità e alla cittadinanza attiva, espressione di un impegno reale, concreto, doveroso che i Padri Costituenti prima hanno interpretato personalmente e poi, con la lettera della legge delle leggi, continuano a richiedere ad ogni cittadino adulto. Proprio da Calamandrei il sindaco Patrizia Calza ha iniziato il suo intervento richiamando il carattere compromissorio della Costituzione nata dal contributo di tutte le forze politiche antifasciste, assai lontane ideologicamente, ma capaci di rinunce reciproche pur di consegnare al Paese una Costituzione moderna, democratica capace di assicurare pace e libertà al futuro. Il sindaco ha altresì evidenziato il carattere rigido della Carta fondamentale non suscettibile di cambiamenti da parte di leggi ordinarie come accaduto con la prima Costituzione italiana, lo Statuto Albertino, flessibile e quindi modificabile da parte della maggioranza parlamentare. Infine ne ha richiamato il carattere programmatico e come tale la necessità di continuare a procedere nel processo di piena concretizzazione dei principi costituzionalmente sanciti ma non ancora pienamente attuati.

Nella prima domenica successiva al 2 giugno, 80° anniversario della elezione dell'Assemblea Costituente, l'Amministrazione di Gragnano ha chiamato a raccolta i diciottenni del territorio per consegnare loro la Costituzione italiana, i cui testi sono stati donati da Coop Alleanza 3.0. Come ricordava Pietro Calamandrei, padre costituente, ai giovani dell'Università di Milano, in un famoso discorso sulla Costituzione del 1955, il cui sonoro è stato riproposto, in estratto, ai giovani gragnanesi: La Costituzione non è una macchina che una volta messa in moto va avanti da sé. La Costituzione è un pezzo di carta, la lascio cadere e non si muove: perché si muova bisogna ogni giorno rimetterci dentro il combustibile; bisogna metterci dentro l'impegno, lo spirito, la volontà di mantenere queste promesse, la propria responsabilità. Quello di Calamandrei è in sostanza l'invito alla partecipazione alla vita del proprio Paese e della propria comunità e alla cittadinanza attiva, espressione di un impegno reale, concreto, doveroso che i Padri Costituenti prima hanno interpretato personalmente e poi, con la lettera della legge delle leggi, continuano a richiedere ad ogni cittadino adulto. Proprio da Calamandrei il sindaco Patrizia Calza ha iniziato il suo intervento richiamando il carattere compromissorio della Costituzione nata dal contributo di tutte le forze politiche antifasciste, assai lontane ideologicamente, ma capaci di rinunce reciproche pur di consegnare al Paese una Costituzione moderna, democratica capace di assicurare pace e libertà al futuro. Il sindaco ha altresì evidenziato il carattere rigido della Carta fondamentale non suscettibile di cambiamenti da parte di leggi ordinarie come accaduto con la prima Costituzione italiana, lo Statuto Albertino, flessibile e quindi modificabile da parte della maggioranza parlamentare. Infine ne ha richiamato il carattere programmatico e come tale la necessità di continuare a procedere nel processo di piena concretizzazione dei principi costituzionalmente sanciti ma non ancora pienamente attuati. Non basta la Costituzione a garantire il rispetto dei diritti che lì sono riconosciuti ha osservato serve qualcuno che li sappia tradurre in leggi dello Stato, una costruzione che continua nel tempo e che non è ancora finita. Abdalla Abouel Magd, Violante Boccafurno, Elia Burgazzoli, Noemi Buttacavoli, Filippo Cigalini, Emiliana Favari, Francesca Mazzoni, Sofia Peretti, Antonio Popolo, Matilde Rebecchi, Mihaela Stefanet e Costanza Tacchi sono le ragazze e i ragazzi che hanno accolto l'invito dell'Amministrazione Comunale su un totale di 36 diciottenni residenti e che si sono presentati per ricevere la Costituzione, a suggello di un momento, il compimento dei diciotto anni, fondamentale per la loro vita personale ma sicuramente anche per la loro vita di cittadini, inseriti pienamente nella propria comunità, e consapevoli della responsabilità che il proprio Paese assegna a ciascuno di noi, in base alle attitudini e competenze di ognuno, come hanno ricordato anche i rappresentanti delle associazioni

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

locali. Giuseppe Ghezzi (Pro loco Gragnano), Maruska Fusini (Avis), Gabriele Bacci (Gruppo Sportivo Costa), Gigi Guarnieri (Associazione Michele Isubaleu) e Umberto Morelli (Movimento Cristiano Lavoratori). Ospite della giornata il giornalista Cristian Brusamonti invitato a parlare dell'articolo 21, uno dei diritti che per primi vengono soffocati dalle dittature, così come è accaduto anche al quotidiano Libertà nel corso del Ventennio fascista. Ai ragazzi ha illustrato alcuni passaggi della storia: dalla fusione di Libertà con il quotidiano fascista La Scure alle difficoltà di garantire una informazione libera in tempi difficilissimi, fino all'impegno di editori coraggiosi come Filiberto Prati, ucciso nel bombardamento alleato di via Benedettine. Nell'occasione, ha donato alla biblioteca comunale Margherita Hack una copia del volume celebrativo dei 140 anni di Libertà, edito dalla Fondazione Ronconi Prati.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

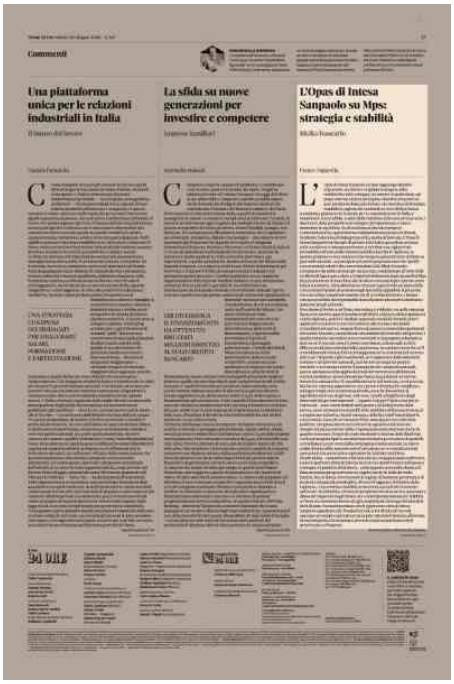
Il Sole 24 Ore

Controllate e partecipate

L'Opas di Intesa Sanpaolo su Mps: strategia e stabilità

Risiko bancario

Franco Paparella


Commenti

Una piattaforma unica per le relazioni industriali in Italia

La sfida su nuove generazioni per investire e competere

L'Opas di Intesa Sanpaolo su Mps: strategia e stabilità

L'Opas di Intesa Sanpaolo su Mps raggiunge obiettivi importanti, sia interni, sul piano strategico, della redditività e dello sviluppo, sia esterni. In particolare, sul piano esterno, ottiene un duplice obiettivo: rimettere in asse un sistema bancario italiano che rischiava di diventare instabile in ragione dei contrasti tra i soci di Mps, banca considerata giustamente lo snodo per il consolidamento in Italia, e mantenerlo contendibile. I valori della stabilità e della concorrenza sono i due fuochi della prospettiva del disegno dell'operazione, e vanno mantenuti in equilibrio. Su di essi Banca Centrale europea e Commissione (via Agcm) faranno valutazioni autonome e la sintesi, mediante l'adozione di impegni specifici, spetta all'azienda. L'Opas di Intesa Sanpaolo ha il pregio di giocare d'anticipo: garantisce certezza sulle condizioni e conseguentemente conferisce una ragionevole probabilità sull'esito delle valutazioni delle autorità di vigilanza, in quanto propone ex ante soluzioni che vengono generalmente definite ex post dalle autorità. La principale soluzione proposta concerne i profili concorrenziali relativi alle concentrazioni delle filiali: Intesa ha comunicato da subito al mercato un accordo, condizionato all'esito delle verifiche di Agcm, per cedere a Unipol più della metà degli sportelli di Mps (635) unitamente al marchio e alle strutture necessarie per operare come banca autonoma. Gli analisti hanno ritenuto ragionevole sul piano della concorrenza l'ipotesi di cessione degli sportelli e appetibile la proposta che valuta Mps complessivamente più di 30 miliardi di euro, e hanno valutato possibile ma improbabile una soluzione alternativa altrettanto attraente per gli azionisti.

Non siamo di fronte a un'Opas concordata, è evidente, ma nella sostanza il percorso sembra quasi riprodurne gli effetti, sul piano della regolazione e della vigilanza, poiché è studiato seguendo modalità formali, criteri applicativi e soluzioni concrete conformi alle norme e alla prassi consolidata del settore. Se guardiamo al passato recente delle operazioni nel settore bancario, caratterizzato da reazioni dei mercati e dei governi, i quali rendono le operazioni non convenienti o impongono soluzioni ex post su cui il mercato non si è potuto esprimere, saltano agli occhi le differenze sul piano (anche) della trasparenza. In una fase storica in cui il consolidamento bancario è un presupposto per la creazione del mercato unico per i risparmi e gli investimenti, ed è supportato dalle istituzioni europee e dai governi nazionali, purché non avvenga sul proprio territorio e non metta a rischio il passaporto dei campioni nazionali, questa operazione (che applica la prassi del mercato e lo dichiara da subito) costituisce un benchmark per future acquisizioni nel settore bancario e assicurativo. Il consolidamento lo fa il mercato, non i governi.

Ma farlo in espressa opposizione con i governi diventa più complicato, allunga i tempi, crea incertezza

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sull'esito, pone in discussione la legittimità del ruolo degli Stati. Del resto, i profili di legittimità degli interventi dei governi nazionali - e questo vale per l'Italia come per la Germania - sono ormai definiti nella prassi e (in Italia) anche dalle norme, e non si estendono ai profili della stabilità e della concorrenza, di competenza esclusiva, rispettivamente, della Bce e dell'Autorità per la concorrenza. Cosa che ovviamente è ben nota al governo e alle forze politiche, che giustamente non entrano in operazioni di mercato.

Sempre sul piano esterno infine, l'operazione desta interesse anche in quanto consente a Unipol di creare mediante la fusione delle filiali Mps con la partecipata Bper la seconda banca italiana per numero di sportelli, controllata al 40 per cento dalla compagnia di assicurazioni. La nuova entità diventerebbe non solo polo d'attrazione per eventuali ulteriori operazioni, ma anche primo operatore in Italia del cosiddetto Insubanking - caratterizzato dal fatto che la compagnia assicurativa non è solo un partner commerciale ma ha un ruolo determinante nell'assetto strategico e operativo della banca - contrapposto al modello classico di Bancassurance progressivamente seguito anche in Italia da molte banche, tra cui Intesa. Diverse sono le logiche di business (governance di prodotto vs logica di portafoglio), diverso è l'oggetto e l'obiettivo della vigilanza. Concorrenza e stabilità ne usciranno quindi ulteriormente rafforzate. In definitiva, si tratta di un'operazione di sicurezza nazionale a difesa del risparmio degli italiani che contemporaneamente da' stabilità al Paese con la sottoscrizione ad ogni scadenza di centinaia di miliardi di titoli di stato. Senza dimenticare che il 15 per cento circa di Intesa Sanpaolo appartiene alle Fondazioni che, con i dividendi ricevuti, operano nel sociale e sui territori aiutando i più deboli insieme alla stessa Intesa Sanpaolo, che da sempre prevede cospicue destinazioni nel proprio piano d'impresa.

Docente di diritto tributario alla Sapienza © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Milano Finanza

Controllate e partecipate

BANCHE/2 Il 28 partono le istruttorie autorizzative sull'opas Intesa-Mps. Al lavoro decine di authority. I via libera attesi tra ottobre e novembre. Poi la palla passerà agli azionisti. Ecco tutti i tornanti del nuovo risiko

I quaranta semafori

Andrea Deugeni e Luca Gualtieri


BANCHE/2 Il 28 partono le istruttorie autorizzative sull'opas Intesa-Mps
Al lavoro decine di authority. I via libera attesi tra ottobre e novembre
Poi la palla passerà agli azionisti. Ecco tutti i tornanti del nuovo risiko
I quaranta semafori
TEMPISTICHE INDICATIVE DELL'OPAS DI INTESA SANPAOLO SU MPS
IL TITOLO INTESA SANPAOLO DA LUNEDÌ 8 GIUGNO

Richiederà due anni la nascita dei due nuovi poli del credito nazionale: Intesa Sanpaolo-Mediobanca e Unipol-Mps.

L'offerta pubblica di scambio da 30,6 miliardi di euro lanciata dalla banca guidata da Carlo Messina su Siena non è soltanto la più grande operazione bancaria degli ultimi anni ma anche il primo tassello di un progetto che, in base al calendario previsto, porterà nel 2028 alla chiusura di un riassetto con al centro migliaia di sportelli, dipendenti e immobili. Lo snodo centrale saranno le circa 40 autorizzazioni che il deal dovrà incassare nella seconda metà dell'anno coinvolgendo le authority di mezzo mondo.

La macchina si è messa in moto l'8 giugno con l'annuncio dell'opas totalitaria sul Monte. Il passaggio formale successivo è fissato per domenica 28 giugno, termine entro il quale (20 giorni dopo l'emissione del comunicato ex articolo 102 del Tuf) Intesa dovrà depositare alla Consob il documento d'offerta, che entro fine anno diventerà il vero e proprio prospetto informativo. Contemporaneamente l'istituto guidato da Messina dovrà presentare le istanze di autorizzazione alle numerose autorità coinvolte, sia italiane che internazionali. Per la grande presenza geografica di Intesa, Mediobanca, Mps e soprattutto Generali, il numero delle istituzioni estere coinvolte è molto elevato.

Da quel momento si aprirà una fase di interlocuzione con Bce, Banca d'Italia, Ivass, Antitrust e con tutte le autorità di vigilanza dei Paesi nei quali operano le controllate da Mps e le partecipate coinvolte nell'operazione, compresa appunto Generali. L'esame più delicato sarà quello della Vigilanza, chiamata a esprimersi in primo luogo sulla qualifying holding procedure, cioè sull'acquisto da parte di Intesa di una partecipazione qualificata nel capitale del Monte a seguito dell'offerta.

Ma Francoforte dovrà decidere anche sulla conferma del Danish Compromise per il trattamento contabile della partecipazione di Mediobanca in Mps. Passaggi che non preoccupano il management di Ca' de Sass, anche perché il gruppo beneficia da tempo del cosiddetto Compromesso Danese per le proprie controllate assicurative. Una volta confermato, il trattamento contabile consentirà di estrarre dal 13,2% del Leone il rendimento previsto nei piani di Messina, gestendo così la quota come una pura partecipazione finanziaria.

Per il suo esame Bce ha a disposizione tempi precisi. La verifica dei requisiti può durare al massimo 60 giorni, prorogabili a 90, salvo eventuali sospensive per acquisire documentazione o formulare richieste specifiche. Parallelamente procederà l'esame dell'Antitrust che visionerà la proposta industriale di

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Intesa-Unipol con particolare attenzione per le sovrapposizioni di mercato e potrà chiedere una serie di correttivi. Complessivamente le istruttorie autorizzative potrebbero occupare i prossimi 4-5 mesi, con i relativi via libera attesi tra ottobre e novembre.

Una seconda data chiave è quella del 10 settembre, quando gli azionisti di Intesa saranno chiamati in assemblea straordinaria ad approvare l'aumento di capitale necessario per dare esecuzione allo scambio azionario.

Si tratta di un passaggio formale ma strategico: l'operazione non richiederà nuova finanza ai soci ma comporterà l'emissione di nuove azioni da consegnare agli azionisti di Mps che aderiranno all'offerta. Il voto dei soci sarà inoltre un termometro importante del consenso sorto intorno all'operazione, che già nei primi giorni dopo l'annuncio ha incassato il gradimento di molti investitori italiani e internazionali.

L'ultima autorizzazione prevista è quella che Consob sarà chiamata a dare al prospetto informativo tra fine novembre e inizio dicembre. A quel punto si aprirà il periodo di adesione e il mercato avrà tra le quattro e le sei settimane per pronunciarsi sul progetto di integrazione.

La chiusura dell'opas e della cosiddetta «fase mercato» non segnerà però la chiusura del procedimento. Al contrario, alcuni dei passaggi più delicati dell'operazione si svolgeranno nel corso del 2027. Entro il primo semestre del prossimo anno avrà luogo il carve-out dei 635 sportelli ex Mps destinati a Unipol in base all'accordo vincolante annunciato assieme all'offerta. Il resto della rete, pari a 625 filiali salvo correzioni imposte dall'Antitrust, verrà invece portato all'interno di Intesa replicando lo schema utilizzato nel 2020-21 per l'acquisizione di Ubi Banca.

Il 2027 sarà l'anno dell'integrazione operativa. Mentre i nuovi rami d'azienda verranno assorbiti nelle divisioni di Intesa Sanpaolo, alcune questioni vanno ancora chiarite; per esempio se al marchio Mediobanca sarà associata o meno una legal entity. Ma ci sono diversi aspetti ancora da definire. Se i nuovi rami d'azienda saranno progressivamente assorbiti nelle divisioni di Intesa Sanpaolo, resta aperta la questione del futuro del marchio Mediobanca e della sua eventuale collocazione all'interno del nuovo assetto. Molto dipenderà dalle scelte strategiche che verranno compiute nei prossimi mesi e dal percorso di integrazione che sarà delineato dopo il completamento dell'operazione.

Per Unipol invece il progetto è già stato disegnato nei dettagli. Le 635 filiali rilevate da Intesa confluiranno in una banca autonoma che manterrà il marchio Monte dei Paschi e una base di circa 2 milioni di clienti. In una fase successiva questa entità sarà aggregata a Bper dando vita a un gruppo da oltre 2.600 sportelli e circa 225 miliardi di euro di raccolta diretta. L'operazione consentirebbe inoltre a Unipol di rafforzare ulteriormente la propria posizione in Bper fino a sfiorare il 40% del capitale, mantenendone il controllo di fatto. Per questo il gruppo assicurativo punta a strutturare l'aggregazione in modo da ottenere l'esenzione dall'opa obbligatoria attraverso il meccanismo del whitewash, subordinato al via libera degli azionisti indipendenti. L'obiettivo finale è la creazione di un grande

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

polo integrato banca-assicurazione sotto regia Unipol, con sinergie stimate in oltre 800 milioni di euro.

Secondo il cronoprogramma, il 2028 dovrebbe essere l'anno della fusione e dell'integrazione definitiva della rete proveniente da Siena all'interno di Bper. Dall'aggregazione nascerebbe un gruppo sensibilmente più grande dell'attuale banca modenese, capace di rafforzare la propria presenza soprattutto nel Centro Italia, ma anche in aree strategiche come Veneto e Puglia, consolidando il ruolo di seconda banca nazionale per raccolta, impieghi e rete distributiva.

Dunque se il calendario verrà rispettato, tra la fine del 2026 e il 2028 il sistema bancario italiano completerà una profonda fase di consolidamento, passando dall'attuale configurazione a un mercato dominato da pochi grandi gruppi nazionali, con dimensioni e massa critica tali da competere più efficacemente con i principali operatori europei. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Controllate e partecipate

Le manovre

Banco Bpm e MontePaschi vanno avanti sull'ipotesi nozze

FEDERICO DE ROSA E DANIELA POLIZZI


ECONOMIA

Il Btp Italia Si raccoglie 9 miliardi, premio fedeltà dello 0,6%

Le manovre

Banco Bpm e MontePaschi vanno avanti sull'ipotesi nozze

Asim vince la commessa per riqualificare la Penn Station

L'attenzione del mercato è puntata su lunedì, quando è in programma un nuovo cda del Monte dei Paschi. Si tratta di un board fissato da tempo per approvare aspetti tecnici sullo scorporo delle attività di Mediobanca una volta integrata in Mps. Ma è possibile che il ceo Luigi Lovaglio comunichi aggiornamenti sulla proposta arrivata da Banco Bpm e sull'offerta di scambio non sollecitata lanciata da Intesa Sanpaolo e Unipol.

La lettera inviata da Piazza Meda a Siena domenica 7 giugno con la proposta di studiare una fusione alla pari avrebbe portato a un primo confronto tra Lovaglio e il ceo del Banco, Giuseppe Castagna, e a un'intesa a procedere. L'obiettivo è quello di difendere il progetto di integrazione tra Milano e Siena dopo l'incursione di Intesa Sanpaolo e Unipol.

Non sarà una manovra semplice, sebbene il progetto di integrazione veda il favore di una parte del governo. C'è intanto da capire quali siano i limiti imposti dalla passivity rule scattata dopo l'annuncio dell'opas e se Lovaglio sia libero di trattare un'operazione che dovrà comunque essere approvata da un'assemblea straordinaria.

Lo scorso martedì il cda del Monte ha comunicato di voler portare avanti i colloqui con Banco Bpm e approfondire l'offerta di Intesa-Unipol e questo lascia pensare che possa anche esserci stato un passaggio formale tra Lovaglio e Castagna - un Nda (un accordo di riservatezza per negoziare) - per sterilizzare gli effetti della passivity rule.

Ci sono anche ragioni di mercato che rendono il percorso accidentato. Una fusione carta contro carta appare meno favorevole per gli azionisti di Siena, rispetto all'offerta di Intesa-Unipol, che prevede il pagamento di 1 euro in contanti più 1,6 titoli di Ca' de Sass. Così di solito ragionano i grandi fondi e probabilmente anche i principali azionisti di Siena come Delfin e Francesco Gaetano Caltagirone, sebbene con obiettivi diversi. Per Caltagirone si tratta di una scelta opportunistica, calibrata anche sugli effetti che un'eventuale adesione all'Opas potrebbe avere nella partita sulle Generali, in cui l'imprenditore romano è impegnato da tempo e di cui Intesa diventerebbe primo azionista con il 13% una volta conclusa l'offerta su Mps.

La holding degli eredi Del Vecchio è invece alle prese con un nuovo difficile passaggio. Il riassetto che avrebbe portato Leonardo Maria Del Vecchio a salire al 37,5% in Delfin attraverso un maxi prestito da 10 miliardi al momento sembra sfumato. La holding dovrà comunque decidere cosa fare del 17,5% di Mps una volta che l'opas di Intesa-Unipol arriverà sul mercato. Intanto ieri si è chiuso il periodo iniziale dell'ops lanciata da Unicredit su Commerzbank. Le adesioni hanno toccato il 12,51% portando

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

il totale delle azioni detenute da Piazza Gae Aulenti al 42,50%.

Il Resto del Carlino

Controllate e partecipate

Mps, la settimana della verità. Le due offerte sul tavolo del cda

L'ad di Monte Paschi, Luigi Lovaglio, ha convocato il consiglio d'amministrazione tra 48 ore. Il riassetto del settore bancario dopo le proposte arrivate da Bpm e Intesa passa ancora una volta da Siena


IL RISIKO DELLE BANCHE
Un'intricata partita a scacchi
Mps, la settimana della verità
Le due offerte sul tavolo del cda
Tra Italia e Germania
Unicredit stringe per Commerzbank Tempi supplementari per le adesioni all'Opa
Da Piazza Meda l'ad Giuseppe Castagna ha confermato di non mollare la preda sull'istituto senese
Da Ca' de Sass Il ceo Carlo Messina tira dritto. Ma c'è l'ipotesi delle prescrizioni per il golden power

di Antonio Troise Il nuovo capitolo del risiko bancario passa da Siena. I riflettori sono già puntati su dopodomani, quando il consiglio di amministrazione di Monte dei Paschi si riunirà per fare il punto sui due dossier che stanno ridisegnando gli equilibri del credito italiano: da un lato l'Opas da 30,6 miliardi lanciata da Intesa Sanpaolo, dall'altro la proposta di fusione alla pari avanzata da Banco Bpm.

Difficile che da Rocca Salimbeni arrivi già una risposta definitiva.

Nel frattempo, il fronte finanziario è tornato a infiammarsi. Prima di tutto per le parole del ministro dell'Economia, Giancarlo Giorgetti, che ha fatto balenare l'ipotesi del golden power sull'offerta di Intesa. Ma cresce anche l'attesa su Unicredit. È vero che la banca guidata da Andrea Orcel ha superato l'obiettivo del 30% del capitale di Commerzbank, arrivando al 39,28% in azioni e a un'esposizione potenziale superiore al 57%, considerando anche strumenti convertibili e derivati e al netto dell'extra-time dell'offerta, ma gli operatori sono convinti che presto Orcel farà la sua mossa sul fronte italiano, agendo in particolare sul fronte delle Generali.

Nel frattempo, sul fronte Bpm, l'ultimo Cda ha confermato l'intenzione del ceo, Giuseppe Castagna, di non mollare sull'istituto senese e di cercare un eventuale partner che potrebbe rafforzare l'offerta. Sul tavolo resta anche la variabile Crédit Agricole. La banca francese, già presente con il 22,8% in Banco Bpm, secondo Bloomberg starebbe valutando un ulteriore rafforzamento. Ma non è l'unica strada a disposizione dell'istituto milanese.

L'offerta di Intesa valorizza le azioni Mps a 10,091 euro ciascuna, con un corrispettivo formato da 1,6 azioni Intesa Sanpaolo e da una componente cash di un euro per ogni azione del Monte.

Il premio indicato è del 12,5% rispetto al prezzo ufficiale di Borsa del 5 giugno e il valore massimo dell'operazione arriva a 30,6 miliardi. Banco Bpm, invece, punta a una fusione tra eguali con Siena per costruire un nuovo grande polo bancario italiano. Castagna ha proposto un'aggregazione capace di generare benefici annui ante imposte per oltre 1,1 miliardi e di creare un gruppo da circa 50 miliardi di valore, secondo quanto riportato da Reuters. La riunione di lunedì servirà dunque a valutare non solo i numeri delle due proposte, ma anche gli effetti industriali. Il dossier Intesa porta con sé una prospettiva di forte consolidamento, ma anche un inevitabile tema di concorrenza territoriale.

Proprio per rispondere ai possibili rilievi antitrust, Intesa ha già previsto un accordo con Unipol

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e Bper per cedere 635 sportelli Mps e il marchio del Monte. La proposta Banco Bpm, invece, punta a presentarsi come alternativa più lineare sul piano dell'identità industriale e meno traumatica per Siena. Sul fronte politico, tiene banco la questione della golden power. Dopo la dura presa di posizione di Cristina Tajani, senatrice del Pd e vicepresidente della commissione sul sistema bancario, che ha criticato la discesa in campo di Giorgetti, ieri si è fatta sentire anche l'eurodeputata ed economista del Pd Irene Tinagli: «Attendiamo ancora chiarimenti del governo sulla possibile attivazione del golden power rispetto all'operazione di Banca Intesa su Mps. Consiglierei maggiore attenzione e accuratezza nelle dichiarazioni che vengono fatte, soprattutto a mercati aperti, con un'Opas in corso, e per di più con una procedura d'infrazione già avviata l'anno scorso dalla Commissione europea proprio sull'utilizzo del golden power da parte del governo italiano». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Sicilia

Controllate e partecipate

Sicurezza stradale

Incidenti, l'emergenza resta in città la prevenzione passa dai dati e dall'IA


20 LA SICILIA Sabato 20 giugno 2026

motori

in collaborazione con SICILIA MOTORI

Subaru Uncharted, il Suv dalla doppia anima

L'ELETTRICA CHE UNISCE SPORTIVITÀ E OFF-ROAD. La nuova crossover coupé affianca Solterra con autonomie fino a 592 km e una versione integrale da 343 CV che punta su prestazioni brillanti e importanti capacità da fuoristrada

SICUREZZA STRADALE

Incidenti, l'emergenza resta in città la prevenzione passa dai dati e dall'IA

DUEMILAOTTO

SWM Versante 550, "touring" al prezzo giusto

La bicilindrica da 47,8 CV per la strada e il fuoristrada leggero a partire da 5.590 euro

Nel 2024 sulle strade italiane si sono registrati 173.364 incidenti con lesioni alle persone, oltre 7.000 in più rispetto all'anno precedente. I feriti sono stati 233.853, mentre i morti sono stati 3.030, appena nove in meno rispetto al 2023.

Numeri che confermano come la sicurezza stradale resti una delle grandi emergenze nazionali: il costo sociale degli incidenti viene stimato in circa 20 miliardi di euro l'anno, tra vite perdute, spese sanitarie, danni materiali, costi assicurativi e perdita di produttività. Il dato più significativo riguarda le città: oltre il 73% degli incidenti e quasi il 70% dei feriti si concentra infatti nelle aree urbane. È qui che si gioca la sfida più complessa, soprattutto per gli utenti vulnerabili: pedoni, ciclisti, motociclisti.

Il tema è stato al centro del Forum 2026 di The Urban Mobility Council, think tank promosso da Unipol, che ha presentato il secondo rapporto realizzato con Isfort. La direzione indicata è chiara: non basta più analizzare gli incidenti dopo che sono avvenuti. Occorre prevenirli. Il Politecnico di Milano ha presentato RoadSafeAI 2.0, un modello predittivo che utilizza dati telematici, traffico e caratteristiche della rete stradale per individuare le zone più a rischio. Anche il MIT Senseable City Lab ha evidenziato come il pericolo non dipenda solo dal volume del traffico, ma anche dal disegno urbano: strade larghe e aperte favoriscono comportamenti più aggressivi, mentre contesti più raccolti inducono maggiore prudenza.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Alimentando

Coop e Cooperazione

Le inefficienze che frenano il largo consumo


Alimentando

Le inefficienze che frenano il largo consumo

06/19/2026 12:30

La mancata collaborazione tra industria e distribuzione porta a costi nascosti che valgono fino al 20% del totale. La soluzione passa da standard condivisi e integrazione digitale della filiera, come è emerso nel recente workshop di GS1 Italy. L'Italia è lunga e stretta , si sa. Ed è anche un territorio con pochi grandi centri urbani e migliaia di piccoli comuni , talvolta localizzati in aree montane e collinari non semplici da raggiungere. Se aggiungiamo il fatto che la distribuzione moderna è a sua volta frammentata, è evidente che per la logistica le sfide non manchino. Proprio per fare il punto su come rendere più efficiente la relazione industria-distribuzione, il 28 maggio si è svolta a Milano la presentazione della ricerca GS1 Italy 'I costi nascosti della filiera' . A tema ci sono appunto i costi 'extra', quelli che non dovrebbero nemmeno esserci, al di là della possibile ottimizzazione dei costi necessari. Una quota dei costi complessivi deriva infatti da inefficienze operative e relazionali che potrebbero essere ridotte attraverso una maggiore collaborazione tra produttori e distribuzione. Frutto di un lavoro congiunto del Politecnico di Milano, della Liuc Università Cattaneo e 48 aziende del settore, l'analisi è stata realizzata per comprendere quanto le criticità e le inefficienze logistiche pesino concretamente sulla relazione tra produttori e Gdo e sull'operatività delle aziende in termini di margini, produttività e qualità del servizio. L'indagine si concentra sul processo 'Order-to-Delivery' , cioè l'insieme delle attività che vanno dall'emissione dell'ordine da parte della Gdo fino alla consegna e al ricevimento della merce presso il centro distributivo. In questo percorso vengono analizzati sia il 'Cost-to-Serve', sostenuto dal produttore per preparare e consegnare l'ordine, sia il 'Cost-to-Receive', sostenuto dalla distribuzione per riceverlo, controllarlo e gestirlo. L'analisi consente di isolare

La mancata collaborazione tra industria e distribuzione porta a costi nascosti che valgono fino al 20% del totale. La soluzione passa da standard condivisi e integrazione digitale della filiera, come è emerso nel recente workshop di GS1 Italy. L'Italia è lunga e stretta , si sa. Ed è anche un territorio con pochi grandi centri urbani e migliaia di piccoli comuni , talvolta localizzati in aree montane e collinari non semplici da raggiungere. Se aggiungiamo il fatto che la distribuzione moderna è a sua volta frammentata, è evidente che per la logistica le sfide non manchino. Proprio per fare il punto su come rendere più efficiente la relazione industria-distribuzione, il 28 maggio si è svolta a Milano la presentazione della ricerca GS1 Italy I costi nascosti della filiera' . A tema ci sono appunto i costi extra', quelli che non dovrebbero nemmeno esserci, al di là della possibile ottimizzazione dei costi necessari. Una quota dei costi complessivi deriva infatti da inefficienze operative e relazionali che potrebbero essere ridotte attraverso una maggiore collaborazione tra produttori e distribuzione. Frutto di un lavoro congiunto del Politecnico di Milano, della Liuc Università Cattaneo e 48 aziende del settore, l'analisi è stata realizzata per comprendere quanto le criticità e le inefficienze logistiche pesino concretamente sulla relazione tra produttori e Gdo e sull'operatività delle aziende in termini di margini, produttività e qualità del servizio. L'indagine si concentra sul processo Order-to-Delivery' , cioè l'insieme delle attività che vanno dall'emissione dell'ordine da parte della Gdo fino alla consegna e al ricevimento della merce presso il centro distributivo. In questo percorso vengono analizzati sia il Cost-to-Serve', sostenuto dal produttore per preparare e consegnare l'ordine, sia il Cost-to-Receive', sostenuto dalla distribuzione per riceverlo, controllarlo e gestirlo. L'analisi consente di isolare la quota di costi direttamente collegata alle inefficienze relazionali, distinguendola dai costi logistici ordinari. Nel corso dell'evento è stato rilevato che gli extra-costi valgono circa 200 milioni di euro , e quasi sicuramente si tratta di una stima per difetto, ha sottolineato il professor Fabrizio Dallari, direttore centro logistica e supply chain della Liuc. Nel comparto del fresco gli extra-costi rappresentano in media il 15% dei costi logistici totali, mentre nel secco l'incidenza si avvicina al 20%, ma esistono casi in cui gli extra costi risultano più che doppi rispetto ai valori medi del campione analizzato. Durante il workshop sono state illustrate diverse case history sia dell'industria che della distribuzione: Despar Nord (Aspiag Service), Coop Italia, Coop Consorzio Nord Ovest, Gruppo Veronesi, Heineken Italia e Mondelz Italia. Dal punto di vista dei produttori, le principali fonti di inefficienza derivano dai respingimenti delle consegne causati da errori di riordino della Gdo, dalle attese dei trasportatori presso i centri distributivi, dal reintegro dei pallet scartati in ingresso, dalle modifiche

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

agli ordini già emessi e dal mancato rispetto dei tempi concordati per la trasmissione degli ordini . A questi si aggiungono attività straordinarie come la ri-pallettizzazione della merce o la preparazione di unità di carico personalizzate, che aumentano significativamente il costo della consegna. Lato distribuzione, emergono altre criticità: le consegne in ritardo, sia rispetto alla data sia rispetto all'orario concordato, costringono i Cedi a riorganizzare le attività di ricevimento e a mantenere livelli più elevati di scorte di sicurezza. Ulteriori costi derivano dalle non conformità riscontrate all'arrivo della merce , dalla necessità di inserire manualmente dati non disponibili in formato digitale, dalla gestione fisica dei resi e dalle attività amministrative necessarie per risolvere le discrepanze tra quanto ordinato e quanto effettivamente consegnato. Per rendere più efficiente la filiera, si legge nella ricerca, è necessario un approccio fondato sulla misurazione degli extracosti e improntato alla collaborazione. Così da individuare con precisione le aree di inefficienza e costruire relazioni più fluide tra industria e distribuzione.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Secolo XIX

Coop e Cooperazione

Assemblea Coop Liguria, Pittalis ancora presidente «Bilanci in perfetta salute»

Ok alla fusione per incorporazione della cooperativa Val di Magra

MATTEO DELL'ANTICO


Carlo Felice, il piano risparmi «Ma serve l'aiuto dei genovesi»

Polcevera, nuove strade di sponda aperte nel 2027

Assemblea Coop Liguria, Pittalis ancora presidente «Bilanci in perfetta salute»

' assemblea generale dei soci di Coop Liguria, riunita ieri, ha approvato definitivamente il bilancio 2025 della cooperativa chiuso con un utile consolidato di 24,9 milioni di euro. La stessa assemblea ha poi eletto il nuovo consiglio di amministrazione che ha confermato nel ruolo di presidente Roberto Pittalis. Come vicepresidenti, invece, sono stati nominati il direttore finanziario di Coop Liguria, Fernando Pellegrini (vicario) e la presidente di Talea Spa, Roberta Ferrari.

«Chiudiamo il mandato ha detto Pittalis - con una cooperativa ancora più solida, efficiente e patrimonializzata, pronta a cogliere le eventuali opportunità di sviluppo offerte dal mercato e a mettere in campo azioni di tutela del potere d'acquisto di soci e clienti, se la situazione internazionale ancora difficile che stiamo vivendo dovesse sfociare in un nuovo rialzo dell'inflazione. Inoltre, continueremo a sostenere la collettività e il territorio, a coltivare larelazione privilegiata con le imprese locali e a investire sui giovani: negli ultimi anni ne abbiamo assunti circa 200 con contratti di apprendistato e ad altre 100 persone abbiamo offerto percorsi di crescita interna per formare i futuri manager cooperativi. Lo scorso anno abbiamo festeggiato 80 annidi storia e stiamo già guardando ai prossimi 80, perché uno dei tratti caratteristici della cooperazione è l'intergenerazionalità, cioè l'attitudine a guardare sempre al futuro».

All'assemblea hanno partecipato 195 delegati da tutta la regione, eletti nel corso di 17 assemblee separate territoriali svolte tra il 4 e il 10 giugno, e circa 500 invitati.

Oltre al bilancio, l'assemblea ha approvato la fusione per incorporazione della Cooperativa Val Di Magra in Coop Liguria. Nel rispetto dei tempi di legge, si legge in una nota, l'atto di fusione formale sarà sottoscritto nella seconda metà del mese di ottobre. La cooperativa gestisce tre piccolissimi punti vendita nel comune di Luni e conta 16 dipendenti, che diventeranno a tutti gli effetti dipendenti di Coop Liguria.

Anche quest'anno, Coop Liguria «ha incentivato la partecipazione dei soci alle assemblee separate attraverso la solidarietà, impegnandosi a effettuare una donazione alle associazioni del territorio proporzionale al numero di voti espressi», prosegue la nota. Essendo stata superata la soglia di 30 mila voti (per la precisione sono stati 30.065), per le associazioni locali impegnate nella lotta alla povertà sono stati stanziati 70 mila euro, già consegnati ai beneficiari. Nel corso dell'assemblea generale la cooperativa ha anche consegnato una donazione di 11 mila euro a Gaslininsieme, legata alla raccolta delle figurine di Genoa e Sampdoria. Per offrire ai delegati e agli invitati un'occasione di approfondimento e formazione, prima dell'assemblea è stata poi organizzata una tavola rotonda sul tema

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Secolo XIX

Coop e Cooperazione

"Esercizio fisico e socialità: gli effetti positivi su salute e benessere", alla quale ha preso parte come relatrice anche la sindaca di Genova Silvia Salis. Il mese scorso Coop Liguria ha inaugurato un nuovo supermercato all'interno del Waterfront Mall. Il punto vendita da 1.500 metri quadri conta 11.300 prodotti in assortimento di cui circa 2.100 liguri, 148 imprese locali presenti, 40 occupati, una parafarmacia, una stazione di ricarica per auto elettriche, corner dedicati a Genoa e Sampdoria, e segna il debutto nell'offerta Coop delle "Creazioni al fresco" dell'associazione Sc'Art (associazione genovese che offre un'occasione di integrazione lavorativa alle donne detenute ed ex detenute del carcere di Pontedecimo). «Crediamo che il Waterfront - aveva dichiarato Pittalis - debba diventare uno spazio vissuto quotidianamente da tutti i genovesi. Coop Liguria ha raccolto la sfida di aprire un negozio caratterizzato da un forte tematismo sui prodotti locali». - ®RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica (ed. Genova)

Coop e Cooperazione

Coop Liguria, Roberto Pittalis confermato presidente


Inchiesta sui conti Amt interrogata per due ore la ex presidente Gavuglio

Coop Liguria, Roberto Pittalis confermato presidente

Si è svolta l'assemblea dei soci di Coop Liguria, che ha approvato definitivamente il bilancio 2025 , chiuso con un utile consolidato di 24,9 milioni di euro.

L'assemblea ha eletto il nuovo Consiglio di Amministrazione, che ha confermato nel ruolo di presidente Roberto Pittalis. Come vice presidenti sono stati nominati il Direttore Finanziario di Coop Liguria, Fernando Pellegrini (vicario) e la Presidente di Talea Spa, Roberta Ferrari.

"Chiudiamo il mandato - ha detto Pittalis - con una Cooperativa ancora più solida, efficiente e patrimonializzata, pronta a cogliere le eventuali opportunità di sviluppo offerte dal mercato e a mettere in campo azioni di tutela del potere d'acquisto di Soci e clienti, se la situazione internazionale ancora difficile che stiamo vivendo dovesse sfociare in un nuovo rialzo dell'inflazione. Inoltre continueremo a sostenere la collettività e il territorio, a coltivare la relazione privilegiata con le imprese locali e a investire sui giovani: negli ultimi anni ne abbiamo assunti circa 200 con contratti di apprendistato e ad altre 100 persone abbiamo offerto percorsi di crescita interna per formare i futuri manager cooperativi. Lo scorso anno abbiamo festeggiato 80 anni di storia e stiamo già guardando ai prossimi 80, perché uno dei tratti caratteristici della cooperazione è l'intergenerazionalità, cioè l'attitudine a guardare sempre al futuro".

Oltre al bilancio, l'Assemblea ha approvato la fusione per incorporazione della Cooperativa Val Di Magra in Coop Liguria. La cooperativa gestisce tre piccolissimi punti vendita nel comune di Luni e conta 16 dipendenti, che diventeranno a tutti gli effetti dipendenti di Coop Liguria. Nel corso dell'assemblea la Cooperativa ha anche consegnato una donazione di 11.000 euro a Gaslininsieme, legata alla raccolta delle figurine di Genoa e Sampdoria. Per offrire ai delegati e agli invitati un'occasione di approfondimento e formazione, prima dell'Assemblea è stata organizzata una tavola rotonda sul tema "Esercizio fisico e socialità: gli effetti positivi su salute e benessere", alla quale ha preso parte come relatrice anche la sindaca di Genova Silvia Salis. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa (ed. Novara)

Coop e Cooperazione

Il presidente Ernesto Dalle Rive ha parlato ai delegati dei 593.699 clienti-soci Tra Piemonte e Alta Lombardia nel 2025 sono stati battuti 34 milioni di scontrini

Stresa, ecco i conti Nova Coop Il fatturato è di 1,2 miliardi

CRISTINA PASTORE


Stresa, ecco i conti Nova Coop
Il fatturato è di 1,2 miliardi

cristina pastore stresa I 34 milioni di scontrini battuti in un anno nei suoi 68 punti vendita diffusi in tutto il Piemonte (e Alta Lombardia) danno idea della rete commerciale sviluppata da Nova Coop, che non smette di crescere. Il gruppo, nato 36 anni dalla fusione di diverse cooperative di consumo e inserito nel sistema Coop Italia, ha chiuso il 2025 con vendite lorde per più di un miliardo e 230 milioni e un utile netto di 25,3 milioni, oltre il doppio rispetto all'anno precedente. «Questo in un anno difficile per il quadro politico generale e le tensioni internazionali che hanno evidenti ricadute sull'economia del Paese e il costo della vita delle famiglie italiane» evidenzia il presidente di Nova Coop Ernesto Dalle Rive. Contenimento della spesa «Questa situazione - continua Dalle Rive - ci ha portati più che mai a concentrarci sull'attenta gestione dei fattori di costo, a partire da quelli del funzionamento della rete di vendita, per contenere al massimo i rincari determinati dall'inflazione, per non trasferirli sul carrello della spesa dei consumatori, a tutela del loro potere d'acquisto, con l'obiettivo di offrire a tutti il pezzo migliore per il prodotto migliore». I principali clienti di Nova Coop sono i suoi soci: anche questi in crescita. Lo scorso dicembre erano 593.699, dato in aumento per il secondo anno consecutivo. Ieri mattina, venerdì 19, 250 di loro - in veste di delegati scelti nel corso di 21 assemblee territoriali in cui hanno partecipato in 43 mila - erano al Regina Palace di Stresa per l'approvazione del bilancio consuntivo e consolidato del 2025. Dalle Rive li ha invitati a votarlo con un articolato intervento, con cui ha illustrato i risultati degli ultimi 12 mesi e le strategie delineate per un sempre maggiore radicamento sui mercati di riferimento. La finalità è sempre quella di sostenere le famiglie con politiche commerciali volte al controllo dei prezzi e alla tutela dei consumatori, anche grazie a iniziative innovative come la controllata Nova Aeg, che opera nel mercato dell'energia.

Nel 2025 sconti per un valore di 127 milioni sono stati offerti alla clientela attraverso promozioni mirate, offerte dedicate e punti catalogo.

Anche la partecipazione al «governo» della cooperativa cresce con un +10,43%, con 1.025 soci al loro primo voto per il rinnovo dei direttivi di 45 presidi locali. «In una fase storica caratterizzata da profonde trasformazioni economiche, sociali e tecnologiche, ciò rappresenta la garanzia per la nostra cooperativa di saper interpretare i bisogni delle comunità e generare valore condiviso attraverso progetti di inclusione sociale, educazione al consumo consapevole e d'aiuto a chi soffre di povertà alimentare» continua il presidente Dalle Rive.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa (ed. Novara)

Coop e Cooperazione

Gli ospiti presenti All'assemblea di Stresa sono intervenuti, insieme al gruppo dirigente di Nova Coop, Domenico Brisigotti, direttore generale Coop Italia; Simone Gamberini, presidente nazionale di Legacoop; Dimitri Buzio, presidente di Legacoop Piemonte oltre a Priscilla Beyersdorf, presidente Angsa Novara-Vercelli, Umberto Sacchi, amministratore delegato della cuneese Life in rappresentanza dei fornitori del territorio e Gianmarco Sala, direttore generale della Fondazione Allegra Agnelli per la ricerca sul cancro-Istituto di Candiolo, che hanno testimoniato il valore della loro collaborazione con la grande cooperativa piemontese. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Tirreno

Coop e Cooperazione

Il fondo regionale Sct investe in Uniport Operazione da quasi 900mila euro

Si rafforza il patrimonio della cooperativa. De Filicaia: così mezzi operativi all'avanguardia


LIVORNO PORTO

Il fondo regionale Sct investe in Uniport
Operazione da quasi 900mila euro

Livorno e la grande sfida del futuro

Livorno Il Fondo Sviluppo Cooperazione Toscana (Sct) investe in Uniport, la società cooperativa livornese che opera nel settore delle operazioni portuali e della logistica integrata. È il secondo investimento fatto dal Fondo, che è costituito dalla Regione ed è gestito da Sici - Sviluppo Imprese Centro Italia Sgr Spa. L'investimento ammonta a 440mila euro e si inserisce in una più ampia operazione, per un totale 880mila euro, realizzata insieme al coinvestitore Coopfond.

L'operazione chiave, che è stata presentata ieri nella sede di Uniport, punta al rafforzamento patrimoniale della cooperativa, al rinnovo della flotta di mezzi industriali e al sostegno del percorso di crescita aziendale.

Soddisfatto il presidente di Uniport, Jari De Filicaia: «Questo investimento rafforza patrimonialmente la cooperativa e ci consente di dotarci di mezzi operativi all'avanguardia, per migliorare le performance operative e la qualità del lavoro dei nostri addetti. Ci teniamo a ringraziare particolarmente Legacoop Toscana per il prezioso e fattivo apporto fornito durante tutto l'iter, Coopfond per il sostegno e la Regione che, attraverso Sici, dimostra nuovamente la vicinanza alle realtà locali e ai lavoratori. Questa attenzione al porto di Livorno e ai suoi operatori conferma una visione da noi condivisa: investire nelle imprese e nelle persone è il tratto distintivo di un buon governo del territorio».

«Il sistema cooperativo - interviene al tavolo l'assessore regionale all'economia, Leonardo Marras - rappresenta una componente essenziale dell'economia toscana, capace di coniugare crescita, qualità del lavoro e radicamento nei territori.

Con il Fondo Sct vogliamo sostenere concretamente le imprese cooperative che investono, innovano e rafforzano la propria capacità competitiva. L'operazione a favore di Uniport conferma la validità di questo strumento e testimonia l'attenzione della Regione verso un settore strategico come quello della logistica e della portualità, fondamentale per lo sviluppo economico della Toscana e per la valorizzazione del porto di Livorno quale infrastruttura di rilevanza nazionale e internazionale». «Accompagnare percorsi di crescita come quello di Uniport - aggiunge - significa sostenere investimenti, occupazione qualificata e maggiore competitività per l'intero sistema produttivo regionale».

Il Fondo Sct è un Fondo di investimento alternativo riservato, destinato alla promozione, al consolidamento e al rafforzamento patrimoniale delle imprese cooperative. Inoltre sostiene le cooperative nate a seguito di processi "workers buy out", quando cioè il salvataggio di un'azienda, o di una sua parte, è realizzata dai dipendenti che subentrano nella proprietà. Come spiegano dalla Regione, opera attraverso investimenti in strumenti finanziari emessi da società cooperative non quotate con sede in Toscana (o che hanno in

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

programma di insediarvisi), supportandone i programmi di sviluppo, crescita e rafforzamento competitivo. Finanziato dalla Regione con risorse europee (Fesr 2021-2027), si inserisce nella strategia regionale «volta a sostenere il rafforzamento del tessuto imprenditoriale locale e la crescita delle micro, piccole e medie cooperative».

«Siamo molto soddisfatti di poter sostenere Uniport insieme a Coopfond - dichiara Vittorio Gabbanini, presidente di Sici - una cooperativa che rappresenta una realtà consolidata e strategica per il sistema logistico-portuale toscano. L'operazione sostiene un percorso di rafforzamento patrimoniale, innovazione e crescita che consentirà alla cooperativa di cogliere le opportunità di sviluppo offerte dall'evoluzione dello scalo livornese. Il Fondo Sviluppo Cooperazione Toscana conferma così la propria missione di accompagnare le cooperative del nostro territorio che presentano le migliori prospettive di sviluppo, sostenendone competitività e capacità di generare valore economico e occupazionale». «Il movimento cooperativo toscano - aggiunge infine Enrico Sostegni, responsabile area vasta costiera di Legacoop Toscana - svolge un ruolo fondamentale nella logistica e nel settore portuale, un comparto in crescita che può offrire risposte concrete alle sfide dell'attuale congiuntura economica, soprattutto nell'area costiera. Il progetto di sviluppo di Uniport, che è stato supportato anche da Coopfond, si inserisce in un percorso che ha visto la cooperativa crescere costantemente nei ricavi, numero di soci e capacità produttiva, e per questo accogliamo con soddisfazione l'investimento di Sici e della Regione». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Affari Italiani

Concorrenza GDO

Spesa, scatta il piano estate: prezzi bloccati nei supermercati


Affari Italiani

Spesa, scatta il "piano estate": prezzi bloccati nei supermercati

06/19/2026 14:01

Fino a settembre, le grandi catene della Capitale lanciano un paniere di prodotti a prezzo fisso con l'obiettivo di frenare i rincari Le principali catene di supermercati attive nella Capitale hanno deciso di intraprendere una iniziativa comune per tutelare il potere d'acquisto delle famiglie romane, messe a dura prova da un costo della vita che non accenna a mollare la presa. Coop, Conad, Esselunga e Carrefour stanno infatti ultimando i dettagli per il lancio di un paniere estivo a prezzi bloccati, un'iniziativa di solidarietà e contenimento economico che rimarrà attiva fino al mese di settembre. Cosa c'è nel paniere: dai beni di prima necessità ai prodotti "anti-afa" La misura punta a blindare il costo dei beni di consumo quotidiano, impedendo che i tipici rincari stagionali o le fluttuazioni di mercato colpiscano le tasche dei consumatori nei mesi più caldi dell'anno La protezione tariffaria riguarderà una selezione mirata di generi di prima necessità, a partire dagli alimentari di base come la pasta, il latte e i biscotti, fino ad arrivare all'acqua minerale, il cui consumo impenna fisiologicamente con l'arrivo dell'afa. Saranno inclusi nell'operazione anche i detersivi per la casa e una serie di articoli specifici pensati per affrontare le temperature record della Capitale. L'ombra dell'inflazione: alcune categorie ancora sopra il 5% L'iniziativa dei colossi della grande distribuzione organizzata non arriva per caso. In alcune specifiche categorie merceologiche e nei prodotti a più alta frequenza d'acquisto, i rincari su base annua viaggiano ancora oltre la soglia psicologica del 5% . Si tratta di una percentuale che, tradotta nel bilancio mensile di una famiglia media romana, significa decine di euro di spesa in più per gli stessi identici prodotti dello scorso anno. La strategia delle catene La strategia commerciale si adatterà alla diversa natura dei marchi coinvolti. Se da un lato Conad e Coop puntano sulla capillarità dei loro punti vendita di quartiere per proteggere i residenti e le fasce più deboli, dall'altro giganti come Esselunga e Carrefour sfrutteranno la forza dei grandi store e dei format flessibili per intercettare sia chi resta in città sia il flusso di turisti che affolla il centro.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Scuter collabora con Esselunga per unire convenienza e sostenibilità


Distribuzione Moderna

Scuter collabora con Esselunga per unire convenienza e sostenibilità

06/19/2026 12:32

Scuter ed Esselunga avviano una collaborazione, che integra mobilità urbana e il programma fedeltà , offrendo vantaggi tangibili di convenienza e impatto ambientale ai clienti e alle città. L'agile tre ruote, guidabile senza casco, approdato da alcuni mesi nell'area metropolitana di Milano, è stato progettato con un capiente baule e pedana in cui alloggiare anche le borse della spesa. Disponibile nella selezione online del catalogo Fidaty Esselunga , oltre che sull'app, la partnership consente agli iscritti del programma loyalty dell'insegna di convertire i punti fragola accumulati in credito di mobilità da utilizzare sulla flotta green Scuter. Per una mobilità più sostenibile Esselunga e Scuter, startup cleantech che ha sviluppato il primo veicolo elettrico progettato e omologato specificamente per lo sharing urbano , si impegnano così a incentivare comportamenti più sostenibili nelle città, riducendo traffico ed emissioni inquinanti, unitamente a risparmio di tempo e costo. Nei primi cinque mesi di attività a Milano, Scuter ha già superato i 12.000 download della propria app, segnale di una crescente domanda di soluzioni di mobilità alternative all'auto privata e più efficienti degli sharing tradizionali. "Scuter nasce per rendere l'uso delle flotte in condivisione la migliore opzione quotidiana e non una scelta occasionale – dichiara Gianmarco Carnovale , ceo della società –. Abbiamo progettato e realizzato in Italia un sistema integrato – veicolo, piattaforma e servizio – talmente efficiente da essere capace di offrire un'alternativa irrinunciabile e concreta all'auto privata nei contesti urbani, con benefici impareggiabili in termini di costo, tempo, sicurezza e qualità della vita. Attraverso questa partnership, andiamo a dimostrare come mobilità e retail possano convergere per generare valore reale per i cittadini." Verso altre città Attualmente operativo a Milano con una flotta in espansione, il servizio Scuter crescerà attraverso accordi in franchising con nuove città, con l'obiettivo di

Scuter ed Esselunga avviano una collaborazione, che integra mobilità urbana e il programma fedeltà , offrendo vantaggi tangibili di convenienza e impatto ambientale ai clienti e alle città. L'agile tre ruote, guidabile senza casco, approdato da alcuni mesi nell'area metropolitana di Milano, è stato progettato con un capiente baule e pedana in cui alloggiare anche le borse della spesa. Disponibile nella selezione online del catalogo Fìdaty Esselunga , oltre che sull'app, la partnership consente agli iscritti del programma loyalty dell'insegna di convertire i punti fragola accumulati in credito di mobilità da utilizzare sulla flotta green Scuter. Per una mobilità più sostenibile Esselunga e Scuter, startup cleantech che ha sviluppato il primo veicolo elettrico progettato e omologato specificamente per lo sharing urbano , si impegnano così a incentivare comportamenti più sostenibili nelle città, riducendo traffico ed emissioni inquinanti, unitamente a risparmio di tempo e costo. Nei primi cinque mesi di attività a Milano, Scuter ha già superato i 12.000 download della propria app, segnale di una crescente domanda di soluzioni di mobilità alternative all'auto privata e più efficienti degli sharing tradizionali. "Scuter nasce per rendere l'uso delle flotte in condivisione la migliore opzione quotidiana e non una scelta occasionale - dichiara Gianmarco Carnovale , ceo della società -. Abbiamo progettato e realizzato in Italia un sistema integrato - veicolo, piattaforma e servizio - talmente efficiente da essere capace di offrire un'alternativa irrinunciabile e concreta all'auto privata nei contesti urbani, con benefici impareggiabili in termini di costo, tempo, sicurezza e qualità della vita. Attraverso questa partnership, andiamo a dimostrare come mobilità e retail possano convergere per generare valore reale per i cittadini." Verso altre città Attualmente operativo a Milano con una flotta in espansione, il servizio Scuter crescerà attraverso accordi in franchising con nuove città, con l'obiettivo di contribuire alla riduzione del traffico e delle emissioni nei centri urbani. L'accordo con Esselunga dunque, parte da Milano, ma accompagnerà lo sviluppo in altre metropoli.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Lidl insieme a filiera agricola italiana per valorizzare i protagonisti dell'ortofrutta


Distribuzione Moderna

Lidl insieme a filiera agricola italiana per valorizzare i protagonisti dell'ortofrutta

06/19/2026 17:31

Lidl continua il percorso iniziato con "Freschezza in tutti i sensi" , la video strategy volta a esaltare il binomio tra freschezza e qualità dell'assortimento ortofrutta dell'insegna. Dopo il successo della precedente edizione, che ha ottenuto circa 130 milioni di view sui principali social network , la campagna torna con un nuovo ciclo di 12 contenuti . Attraverso questo tour lungo la Penisola, la catena narra l'origine, la tracciabilità e l'eccellenza dei prodotti, dando voce direttamente a chi li coltiva con passione e dedizione quotidiana. Intervista a produttori partner Ciascun appuntamento è dedicato a una referenza stagionale e si sviluppa attraverso l' intervista a un produttore partner dove viene condiviso l'impegno per un' agricoltura responsabile e il valore strategico della collaborazione con Filiera Agricola Italiana che attraverso il marchio "Firmato dagli agricoltori italiani" contribuisce a sostenere l'agricoltura italiana, promuovendo la creazione di filiere tracciate intese a valorizzare l'origine certa ed italiana delle materie prime, favorendo il confronto tra produttori, trasformatori e distributori per creare sinergie concrete di collaborazione tra tutti gli attori della filiera. "Dietro la freschezza che offriamo ogni giorno, ci sono scelte coraggiose e relazioni di fiducia nate e cresciute nel tempo – dichiara Maria Lovecchio, chief merchandising officer di Lidl Italia –. Ne è un esempio la decisione di collaborare stabilmente con partner aderenti al marchio Firmato Dagli Agricoltori Italiani, un percorso virtuoso che coltiviamo da tempo. Così facendo sosteniamo concretamente una filiera che fa bene al Paese, valorizzandone il cuore pulsante. Il nostro obiettivo è chiaro: garantire sempre ai clienti prodotti sostenibili e autentici. Un impegno tangibile che oggi mettiamo in mostra in questa campagna, nata per omaggiare i volti, la dedizione e l'orgoglio di chi lavora la terra ogni giorno". Legame con il tessuto rurale Le riprese, effettuate in stile documentaristico direttamente nei luoghi di origine, mettono in luce quindi il legame indissolubile tra Lidl Italia

Lidl continua il percorso iniziato con "Freschezza in tutti i sensi" , la video strategy volta a esaltare il binomio tra freschezza e qualità dell'assortimento ortofrutta dell'insegna. Dopo il successo della precedente edizione, che ha ottenuto circa 130 milioni di view sui principali social network , la campagna torna con un nuovo ciclo di 12 contenuti . Attraverso questo tour lungo la Penisola, la catena narra l'origine, la tracciabilità e l'eccellenza dei prodotti, dando voce direttamente a chi li coltiva con passione e dedizione quotidiana. Intervista a produttori partner Ciascun appuntamento è dedicato a una referenza stagionale e si sviluppa attraverso l' intervista a un produttore partner dove viene condiviso l'impegno per un' agricoltura responsabile e il valore strategico della collaborazione con Filiera Agricola Italiana che attraverso il marchio "Firmato dagli agricoltori italiani" contribuisce a sostenere l'agricoltura italiana, promuovendo la creazione di filiere tracciate intese a valorizzare l'origine certa ed italiana delle materie prime, favorendo il confronto tra produttori, trasformatori e distributori per creare sinergie concrete di collaborazione tra tutti gli attori della filiera. "Dietro la freschezza che offriamo ogni giorno, ci sono scelte coraggiose e relazioni di fiducia nate e cresciute nel tempo - dichiara Maria Lovecchio, chief merchandising officer di Lidl Italia -. Ne è un esempio la decisione di collaborare stabilmente con partner aderenti al marchio Firmato Dagli Agricoltori Italiani, un percorso virtuoso che coltiviamo da tempo. Così facendo sosteniamo concretamente una filiera che fa bene al Paese, valorizzandone il cuore pulsante. Il nostro obiettivo è chiaro: garantire sempre ai clienti prodotti sostenibili e autentici. Un impegno tangibile che oggi mettiamo in mostra in questa campagna, nata per omaggiare i volti, la dedizione e l'orgoglio di chi lavora la terra ogni giorno". Legame con il tessuto rurale Le riprese, effettuate in stile documentaristico direttamente nei luoghi di origine, mettono in luce quindi il legame indissolubile tra Lidl e il tessuto rurale del Paese , celebrando i prodotti simbolo dell'offerta. Nelle video-interviste , i protagonisti descrivono i frutti della terra attraverso i 5 sensi con un approccio accattivante che permette alla community di scoprirne l'autenticità e le caratteristiche esclusive: Il piano di comunicazione si svilupperà capillarmente lungo tutto l'anno e gli episodi saranno distribuiti in modo strategico attraverso i canali digitali ufficiali di Lidl Italia (YouTube, Instagram, Facebook e TikTok), trovando spazio anche sul sito web e all'interno del tradizionale volantino settimanale , integrando così lo storytelling con l'esperienza di spesa quotidiana del cliente.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Pesaro)

Concorrenza GDO

FOSSOMBRONE

Il cinema "Metauro" è chiuso da qualche decennio Ora un progetto e Conad possono farlo risorgere


FOSSOMBRONE CAGLI E URBANIA

Il cinema "Metauro" è chiuso da qualche decennio Ora un progetto e Conad possono farlo risorgere

L'estate durantina, un bel pieno di eventi

Chi ha i capelli bianchi, quelli che ancora ce l'hanno, i capelli, si ricorda di quando a Fossombrone c'erano addirittura due cinema (per non parlare di quello «dei preti» angolo via Torricelli, ma lì si va indietro di un paio di ere geologiche), tutti e due nel corso, zona Porta Fano. Poi sono arrivati gli anni Ottanta e poi internet, le piattaforme e la crisi del cinema italiano che pare non finire mai e i due cinema hanno chiuso. Adesso uno, il Metauro (foto), potrebbe riaprire. Non propriamente come cinema, ma come spazio culturale pubblico, perché niente rinasce mai com'era. Spazio culturale può voler dire sala convegni, teatro, e sì, anche cinema. La proposta è del vicesindaco Michele Chiarabilli, il quale annuncia che «è stato attivato finalmente un iter amministrativo atteso da circa 40 anni: per dotare la città di un adeguato "Contenitore Culturale Pubblico"».

Spiega il vice: «A seguito di una ricognizione dell'Ufficio Urbanistica e Patrimonio, il luogo di questo "contenitore" è stato individuato nell'edificio che ospitava il vecchio Cinema Metauro», il quale ex cinema adesso è acquisibile perché con decreto del Tribunale civile di Urbino è stato finalmente tagliato il nodo gordiano di un contenzioso pluridecennale tra i comproprietari per lo scioglimento della comunione. Il suddetto tribunale, tramite perito, ha stabilito che il valore dell'immobile si attesti su una base d'asta di 462mila euro e spicci. Non solo, Chiarabilli fa sapere, anche, che «il segretariato Regionale del Ministero della Cultura ha dichiarato tale complesso denominato "Ex Cinema Moderno" edificio di interesse storico - artistico e architettonico particolarmente importante ai sensi dell'articolo 10 del Codice dei Beni Culturali».

Ne consegue che «l'amministrazione comunale ha pertanto destinato le somme necessarie per l'acquisto di tale immobile tramite le risorse disponibili e già versate a seguito di una convenzione stipulata a marzo scorso con Commercianti Indipendenti Associati (Conad)» per valorizzare «del patrimonio edilizio esistente a fini pubblici». La Conad avrebbe dovuto costruire un polo culturale sul terreno dove sorgerà il nuovo supermercato (zona campo sportivo), ma a causa di un vincolo della Soprintendenza (in quella zona c'era la necropoli romana, ndr) onora l'impegno versando la cifra di cui sopra. Nell'ultimo consiglio comunale la proposta è passata con 7 voti a favore della maggioranza e un astenuto della minoranza (Gloria Mei).

Adriano Biagioli.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Voce di Mantova

Concorrenza GDO

DUE TONNELLATE DI GENERI ALIMENTARI PER LE PERSONE IN DIFFICOLTÀ


OGLIO PO

C'è il gestore: accordo fatto
La piscina riapre stamattina

DUE TONNELLATE DI GENERI ALIMENTARI PER LE PERSONE IN DIFFICOLTÀ

Si schianta contro l'auto in sosta: 40enne grave

Tra pace e lavoretti, pomeriggio per giovanissimi e famiglie al MuVi

VIADANA/CASALMAGGIORE Ben 1.871 chilogrammi di prodotti destinati alle famiglie in difficoltà. Si è chiusa con questo risultato l'edizione 2026 di "Dona una spesa", la raccolta alimentare promossa da Conad Centro Nord che ha coinvolto anche i punti vendita di Casalmaggiore e Cogozzo grazie all'impegno di circa 30 volontari. L'iniziativa, organizzata in collaborazione con i Centri di servizio per il volontariato della Lombardia e dell'Emilia-Romagna, ha visto la partecipazione di Caritas Viadana, Protezione civile Oglio Po, Scout Viadana, Le Aquile , La Luce Al Nour e Centro di aiuto alla vita di Casalmaggiore, con il supporto di Csv Lombardia Sud. Il materiale sarà distribuito nelle prossime settimane alle famiglie e alle persone in situazione di fragilità economica attraverso il lavoro delle associazioni coinvolte, che operano in collaborazione con i servizi sociali del territorio per raggiungere chi ha maggiormente bisogno di sostegno. Durante la giornata è stato inoltre ricordato Maurizio Stradiotti, indicato dagli organizzatori tra i primi promotori dell'iniziativa sul territorio e ancora oggi presente nella memoria dei volontari che ne portano avanti lo spirito. Al termine della raccolta, le associazioni partecipanti e Csv Lombardia Sud hanno ringraziato i cittadini che hanno contribuito all'iniziativa, rendendo possibile un risultato che si tradurrà in un aiuto concreto per molte persone del territorio. (lc).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Mantova

Concorrenza GDO

Curtatone

Ruba la spesa e minaccia la security con il coltello

Il bottino era di 400 euro L'uomo, un 45enne pluripregiudicato, era sottoposto a Dacur e decreto di espulsione

Camilla Sorregotti


Porto · Goito · Curtatone · Borgo Virgilio

Ruba la spesa e minaccia la security con il coltello

Terapia con gli asini Un nuovo paddock per la Casa del Sole

Football americano La partita benefica

Agricoltura in sicurezza I consigli per evitare guasti

Addio a Colliati, volontario della protezione civile

LA PAELLA DELLA DOMENICA

LA DOLCE VITA

CURTATONE Ha fatto una spesa da quattrocento euro al supermercato e ha provato a passare dalle casse senza pagare. Quando è stato scoperto dall'addetto alla sicurezza ha tirato fuori un coltello.

Il fatto È successo nel pomeriggio di lunedì quando il responsabile della sicurezza del centro commerciale Quattroventi di Curtatone ha chiamato il 112 per segnalare che un 45enne straniero aveva cercato di occultare delle borse della spesa piene di generi alimentari e prodotti per la cura personale, e una volta scoperto dall'addetto alla sicurezza, lo aveva minacciato con un coltello.

Sul posto è quindi arrivata una pattuglia della stazione carabinieri di Curtatone, impegnata nei servizi condivisi e concordati in Prefettura in sede di Comitato provinciale per l'Ordine e la sicurezza pubblica presieduto dal prefetto Roberto Bolognesi.

Pluripregiudicato I carabinieri hanno preso in consegna il 45enne, irregolare sul territorio nazionale e pluripregiudicato. Oltre a una spesa non pagata dal valore di 400 euro, l'uomo aveva con sé un'arma da taglio di 28 centimetri, di cui 9 di lama, che ha estratto nel momento in cui è stato scoperto dall'addetto alla sicurezza e che ha utilizzato per minacciarlo. Nelle buste c'era un grosso quantitativo di merce, sia cibo che prodotti per l'igiene personale. I militari, quando hanno controllato le generalità dell'uomo, hanno constatato che aveva violato il provvedimento Dacur emesso dal questore di Mantova Guglielmo Toscano lo scorso marzo, e che non aveva nemmeno rispettato il decreto di espulsione dal territorio nazionale emesso dal prefetto di Mantova Roberto Bolognesi.

La denuncia Il 45enne è stato deferito all'autorità giudiziaria poiché ritenuto responsabile, in ipotesi accusatoria, dei reati di ricettazione, inottemperanza al decreto di espulsione, violazione del divieto di accesso alle aree urbane (Dacur), minaccia aggravata e porto di armi ed oggetti atti ad offendere. Il procedimento penale si trova nella fase delle indagini preliminari.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Cronaca Qui

Concorrenza GDO

BARRIERA DI MILANO Il Lidl di via Cigna nel mirino dei ladri

Spaccata al supermercato E' la seconda in una settimana


L'ex asilo abbandonato da 18 anni
Bonifica fatta ma nessun progetto

Spaccata al supermercato
E' la seconda in una settimana

DIVENTA ANCHE TU AMICOREPORTER

n Due spaccate in una settimana ai danni del supermercato Lidl di via Cigna 169, all'angolo con via Fossata. Un punto vendita che si trova praticamente tra i parchi Peccei e Sempione, al centro di una delle zone più "difficili" della città. I ladri, che hanno colpito intorno alle 3 di ieri mattina, si sarebbero anche feriti nel tentativo di mettere a segno il furto, come dimostrato dalle tracce di sangue lasciate sul posto. Le indagini sono affidate alla polizia.

Lidl vittima quindi ma per Verangela Marino, capogruppo di Fdi in Circoscrizione, anche la direzione del supermercato avrebbe delle responsabilità: «Ormai da mesi continuiamo a segnalare loro la presenza di un camper all'interno della loro area privata di parcheggio - spiega - che contribuisce ad attirare tossicodipendenti nei pressi del supermercato. Spero che ora la proprietà prenda dei provvedimenti sia a tutela dei propri dipendenti, che ogni giorno devono fare i conti con questi personaggi, sia dei clienti. Ho segnalato nuovamente il tutto al presidente della Circoscrizione Valerio Lomanto, chiedendogli di intercedere direttamente con la società e farli intervenire celermente a tutela del personale e degli stessi cittadini».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

PANORAMA FOOD INDUSTRY MONITOR

Alimentare, redditività in calo ma regge l'export

Emiliano Sgambato


Food 24

Gelati industriali, i supermercati guidano la ripresa delle vendite

Più sostenibilità con packaging riciclabile e ingredienti certificati

L'industria alimentare continua a dimostrare una «solida capacità di resilienza in un contesto macroeconomico complesso», ma cominciano a emergere «crescenti pressioni sulla redditività». È il quadro che emerge dalla 12esima edizione del Food Industry Monitor, realizzato dall'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo con Ceresio Investors. Secondo l'Osservatorio - che analizza i conti di 820 aziende di 14 comparti, per un fatturato aggregato di circa 85 miliardi - il settore cresce ancora, ma a ritmi più contenuti: nel 2025 i ricavi del food sono aumentati del 3,3%, «un dato inferiore alle attese ma in linea con l'andamento dell'economia», e che dovrebbe essere replicato nel 2026, rischiando però di rimanere «solo nominale» a causa dell'inflazione in ripresa. Per il 2027, invece, ipotizzando un ritorno a un livello di inflazione più fisiologica, la crescita dovrebbe consolidarsi. La redditività intanto si indebolisce: secondo l'analisi, «molte imprese hanno scelto di difendere volumi e presenza commerciale nei canali distributivi italiani, anche al prezzo di una compressione dei margini». La solidità finanziaria del comparto resta elevata, «ma si osserva un lieve peggioramento del livello di indebitamento». Resta aperta la strada dell'export, dopo che il 2025 ha registrato una crescita sotto il 5%, il peggiore nel post Covid, a patto che non si complichi di nuovo il quadro internazionale: per il biennio 2026-2027 l'Osservatorio stima una crescita superiore al 7% annuo. «È l'unica via di uscita per le aziende a cui non può più bastare lo stagnante mercato interno - commenta Carmine Garzia, professore di Management e Responsabile scientifico del Food Industry Monitor -. Per consolidare i risultati le imprese hanno bisogno di una crescita dimensionale che permetta di strutturarsi meglio e una svolta nella governance. Questo non vuol dire diventare dei colossi, ma trovare la giusta strada per ottimizzare i processi nel rispetto della qualità tipica del made in Italy». «La compressione dei margini - ha commentato Alessandro Santini, Head of corporate & investment banking di Ceresio Investors - insieme a un graduale aumento dell'indebitamento, rende necessario un ripensamento delle strategie commerciali e finanziarie. La qualità della governance e la capacità di affrontare con efficacia il passaggio generazionale risultano fattori decisivi». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Gelati industriali, i supermercati guidano la ripresa delle vendite

Consumi. Dopo una frenata dei volumi nel 2025 i primi sei mesi dell'anno registrano segnali positivi, grazie a prodotti premium e più salutari, in un settore che secondo Unione italiana food vale 3 miliardi

Maria Teresa Manuelli


Food 24

Gelati industriali, i supermercati guidano la ripresa delle vendite

Più sostenibilità con packaging riciclabile e ingredienti certificati

Il gelato confezionato entra nell'estate 2026 con un mercato che ha chiuso lo scorso anno in tenuta a valore ma con volumi in contrazione. I primi mesi del nuovo anno mostrano però già segnali di ripresa nei consumi domestici, che pesano ormai per quasi la metà del giro d'affari del settore e che i produttori sperano possano riflettersi anche nei consumi fuori casa in questa estate che si presenta molto calda.

Secondo i dati di Unione Italiana Food, il 2025 ha chiuso con una produzione di 261mila tonnellate di gelati per un valore all'origine di circa 3 miliardi di euro e un consumo pro capite di quasi 3 chili.

L'export ha raggiunto 116mila tonnellate per 468 milioni di euro, con il 64% dei volumi verso Paesi europei a conferma del peso dell'Italia, seconda in Europa per valore della produzione e terza per volume.

Per quel che riguarda le vendite per i consumi domestici, il quadro tracciato da NielsenIQ su Iper, Super, Liberi Servizi e Discount a chiusura 2025 è quello di un comparto che ha raggiunto 1,5 miliardi di euro di fatturato, sostanzialmente stabile, con volumi a 206 milioni di kg (-1,4%) e unità a 465 milioni di confezioni (-3%). A sostenere il valore è stato il prezzo medio al kg, salito a 7,31 euro (+1,5%). A frenare la categoria, invece, la riduzione della pressione promozionale: come spiega Elena Pezzotti, insight analyst di NielsenIQ, «la riduzione dell'intensità promozionale emerge come uno dei principali fattori abilitanti la frenata della categoria, impattando trasversalmente su aree geografiche, canali e segmenti».

I gelati multipack (62%) hanno trascinato al ribasso l'intera categoria (-1,9% a volume e -4,7% le unità), con gli stecchi a -10,1% a volume. In controtendenza, ghiaccioli e similari crescono del +6,6% a volume, le barrette del +5,4%. Il segmento più dinamico è quello dei gelati dessert: +20,7% a valore e +1,9 a volume, con i Bon Bon praticamente raddoppiati (+99,8% a valore, +64,9% a volume): «Nicchie dinamiche su basi ancora contenute», le definisce Pezzotti.

I segnali dei primi mesi del 2026 sono, però, incoraggianti: il mercato segna +9% a volume e +10,7% a valore rispetto allo stesso periodo del 2025.

«Una crescita che ci auguriamo possa persistere nel prosieguo della stagione estiva», commenta Lorenzo Bagnoli, neo presidente della divisione gelato di Unione Italiana Food, «e che possa riflettersi non

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

solo nelle vendite retail, ma anche nel consumo fuori casa». Le aziende guardano quindi alla stagione con aspettative positive. «Il 2026 sta confermando una dinamica di crescita solida - osserva Giuseppe Fascia, head of marketing di Froneri Italia -. Il punto, oggi, non è solo crescere all'interno della categoria, ma innovare in maniera rilevante andando a rispondere a bisogni sempre più differenziati dei consumatori, contribuendo così ad ampliare le abitudini di consumo». Froneri, secondo produttore al mondo con brand come Maxibon, Coppa del Nonno e Nuii, dichiara una crescita più accelerata nel retail: +26,4% a valore e +23,1% a volume nei primi cinque mesi. Dello stesso avviso Sammontana, che quest'anno compie 80 anni. «La partenza anticipata del caldo ci fa ben sperare - dichiara Annalisa Ferri, chief marketing officer del Gruppo - ma saranno le condizioni meteo e i flussi turistici a determinare l'esito della stagione. Quello del gelato è pur sempre un mercato stagionale che ha registrato nel tempo forti oscillazioni dovute a fattori che non possiamo controllare».

Sul fronte delle tendenze, il banco freezer registra un'evoluzione dei gusti che le aziende leggono come strutturale. «Fenomeni come quello del pistacchio e del mango da qualche anno sono diventati tra i gusti preferiti - osserva Ferri di Sammontana - decretando il successo di quei gelati che li hanno saputi interpretare al meglio». Su questo sfondo emergono tre filoni. Il primo è il co-branding con marchi della tradizione dolciaria: Tonitto 1939 porta sul mercato il gelato Grisbì, Cubik Elah ispirato alla caramella mou, il Gelato Buondì Bauli e il Gelato Galatine. «Il consumatore cerca nel banco freezer gli stessi sapori che conosce già dalla dispensa», spiega Massimiliano Dovo, co-owner di Tonitto 1939.

Il secondo filone è quello "salutare" e legato al fenomeno plant based. «Il gelato vegetale ha segnato +3,7% nel 2025, secondo i dati NielsenIQ in nostro possesso. Una performance in controtendenza rispetto al mercato del gelato convenzionale», commenta Andrea Panzani, ad di Valsoia. L'azienda, leader con quota del 77,5%, ha chiuso l'anno con volumi a +4%. A trainare i risultati la linea Zero, che ha «superato le aspettative», confermando «la forte attenzione dei consumatori verso proposte innovative e funzionali». Per l'estate 2026 arrivano il Cono Zero e la Vaschetta bi-gusto Nocciola e Pistacchio. Il terzo filone è la premiumizzazione: Froneri rafforza Nuii e lancia Baci Gelato. «Il banco freezer non è più solo un luogo di scelta impulsiva - sottolinea Fascia - ma uno spazio in cui il consumatore cerca brand e prodotti coerenti con il proprio stile di vita, capaci di combinare qualità percepita, intensità sensoriale, praticità e forza del brand». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

La ricerca Sant'Anna di Pisa e Igi

Più sostenibilità con packaging riciclabile e ingredienti certificati

M.T.M.


Food 24

Gelati industriali, i supermercati guidano la ripresa delle vendite

Più sostenibilità con packaging riciclabile e ingredienti certificati

Il gelato confezionato non si misura più solo con il gusto. La filiera italiana sta attraversando una transizione green, ben descritta nel report "Studio delle performance ambientali nella produzione del gelato confezionato in Italia", condotto da Ergo, spin-off della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, per l'Istituto del Gelato Italiano (Igi), con dati raccolti nel 2025.

Sul fronte delle materie prime, quasi il 70% del latte è italiano; il cacao da coltivazione certificata sostenibile arriva al 98,5%; l'olio di palma, dove non è stato sostituito, è certificato al 100% (standard Rspo). Il packaging è il fronte in cui i progressi sono più visibili: il 72% delle confezioni è fatto solo di carta, con oltre il 53% di carta riciclata.

Passare dalla plastica alla carta per prodotti da freezer non è banale: richiede test industriali, adeguamenti produttivi e nuove valutazioni sugli approvvigionamenti.

Tonitto 1939 negli ultimi cinque anni ha ridotto del 50% l'uso di plastica sulle principali linee, introducendo packaging in cartoncino certificato Fsc. «Abbiamo affrontato un cambiamento complesso che ha coinvolto sviluppo, produzione e organizzazione industriale», spiega Massimiliano Dovo, co-owner dell'azienda.

Quasi il 50% dell'elettricità acquistata dal comparto proviene da fonti rinnovabili. I sottoprodotti di lavorazione vengono destinati a mangimi o biogas. Tra gli obiettivi futuri, la sperimentazione di formulazioni con bevande vegetali in parziale sostituzione del latte vaccino e la decarbonizzazione del sistema energetico. «Oggi la qualità si misura con i dati, la trasparenza e la capacità di innovare i processi produttivi - commenta Michelangelo Giampietro - presidente Igi -. Questo report non è un traguardo, ma una bussola». La sostenibilità, per l'Istituto del gelato italiano, include anche la dimensione sociale. Lorenzo Bagnoli, presidente della divisione gelato di Unione italiana food, indica tra i prossimi obiettivi «la collaborazione con Caritas e l'analisi delle prestazioni ambientali, mettendo al centro la responsabilità verso comunità e ambiente». Sul versante sociale, Sammontana ha coinvolto, con "Ambassadors for Change" realizzato insieme a InVento Innovation Lab e Ashoka Italia, 50 studenti dell'Iss "Il Pontormo" di Empoli in percorsi su educazione civica e uso consapevole dell'intelligenza artificiale. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Finanziamenti poco accessibili per il 70% delle start up del food

Innovazione. Cariplo Factory: per il 44% delle Pmi la priorità è la chiarezza normativa e il 27% denuncia la diffidenza per le novità in campo alimentare

Emiliano Sgambato


Finanziamenti poco accessibili per il 70% delle start up del food

Dalle soluzioni per un'agricoltura più efficiente e resiliente ai cambiamenti climatici a quelle per sprecare meno cibo, dallo studio di "superingredienti" al packaging. Le start up e le Pmi innovative sono una risorsa per rispondere alle questioni di fondo che si trova ad affrontare il sistema agroalimentare. Tuttavia spesso queste soluzioni fanno fatica a ottenere sostegno e finanziamento e trovano barriere all'accesso spesso insormontabili per realtà poco strutturate.

Sono alcuni degli aspetti che emergono dall'indagine "NextGen Food -Il futuro del cibo, il cibo del futuro" di Cariplo Factory - uno dei più importanti hub di innovazione in Italia, focalizzato su digital transformation e circular economy - che raccoglie 118 testimonianze di start up e piccole e medie imprese attive lungo la filiera alimentare italiana, dall'agritech agli alimenti alternativi, dalla trasformazione alla distribuzione. Nonostante secondo l'Osservatorio di TheFoodCons nel 2025 gli investimenti in innovazione nel settore agroalimentare italiano siano cresciuti (in controtendenza ma dopo due anni di calo) a 250 milioni di euro, il 70% delle realtà sondate da Cariplo Factory lamentano un «scarsa disponibilità di finanziamenti», un ostacolo «che limita la capacità di scalare soluzioni già validate». Seguono le difficoltà di accesso al mercato della distribuzione e la complessità normativa (40%); per il 27% inoltre persiste una radicata diffidenza dei consumatori verso l'innovazione alimentare, mentre un'azienda su cinque fatica a reperire personale qualificato. Le richieste alle istituzioni sono chiare: regole più certe (44%), più sostegno da investitori privati e finanziamenti pubblici (38% e 35%), infrastrutture tecnologiche accessibili (28%) ed educazione dei consumatori (26%). «Non richieste di protezione, ma condizioni minime per competere ad armi pari con ecosistemi europei che le hanno già costruite», notano i ricercatori. Del resto i fondi pubblici hanno sostenuto la crescita di una start up solo nel 15% dei casi e a investire nelle aziende del futuro del cibo sono stati acceleratori e incubatori (21% del totale), mentre la cerchia "family & friends" al 19% investe più spesso del venture capital (18%) e business angel (16%); minoritari il private equity (3%) e il corporate venture capital (2,5%).

«Purtroppo la difficoltà a reperire risorse è un fattore comune anche alle start up di altri settori, soprattutto se paragonato a ecosistemi più maturi rispetto al nostro. Quello che trovo maggiormente interessante - commenta Riccardo Porro, chief operations officer di Cariplo Factory - è come ci sia una unità di intenti nelle motivazioni che spingono alla ricerca, nonostante le aziende si muovano in ambiti diversi, dall'agricoltura alla distribuzione: rafforzare la qualità e la sicurezza dell'alimentazione,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

assicurare un cibo sano e di qualità a tutti gli esseri umani e preservare la biodiversità rispettando l'ambiente sono le tre risposte che hanno ciascuna raccolto attorno al 50% dei consensi».

«Il food è oggi uno dei terreni in cui si misurano le grandi transizioni del nostro tempo: dalla sostenibilità ambientale alla salute, dalla digitalizzazione alla resilienza industriale. È in questo contesto che va ridefinendosi il modo in cui produciamo, distribuiamo e consumiamo il cibo - aggiunge Porro -. Le 118 realtà mappate da Next-Gen Food dimostrano che in Italia esiste già un ecosistema imprenditoriale capace di innovare i principali nodi della filiera, dall'agritech alle nuove proteine, dalla tracciabilità alla nutrizione personalizzata».

Ma qual è l'identikit delle imprese analizzate? Sono start up nel 62% dei casi, seguite da Pmi innovative (29%) e spin off (3 per cento). L'agritech è il settore più rappresentato (22% delle aziende mappate), davanti al foodtech e trasformazione (19%). Il 39% ha tecnologie già operative e validate sul mercato. Il 64% ha già raccolto un primo round di finanziamento. Il 10% delle aziende dichiara un fatturato superiore al milione di euro, più di una su tre si colloca tra i 100mila e un milione. L'80% è alla ricerca di nuovi capitali, con una su tre che punta a un round superiore al milione di euro. Fondate all'88% da team di soli uomini (58%), «mostrano una presenza femminile significativa e crescente: i team composti unicamente da donne hanno ricevuto premi e riconoscimenti nel 90% dei casi e mostrano una propensione superiore alla partecipazione a programmi di accelerazione», nota Porro. A livello di collocazione geografica guida la Lombardia (32%) seguita da Veneto (11%) ed Emilia Romagna (10%). Al Centro si distingue la Toscana con l'8% del totale, al Sud la Puglia con il 5%. Il 23% ha in programma l'apertura di una sede estera, di investimento, soprattutto in Europa. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

TELECOMUNICAZIONI

Tlc, su frequenze ipotesi rinnovo con impegni

A. Bio.


Finanza & Mercati

Tlc, su frequenze ipotesi rinnovo con impegni

La partita del rinnovo delle frequenze mobili entra nella fase decisiva e si avvia verso una soluzione che in larga parte sembrerebbe essere auspicata dal mondo delle telco. Come segnalato da Radiocor, il 7 luglio il dossier dovrebbe approdare sul tavolo del consiglio dell'Agcom per dare l'avvio della terza e ultima consultazione pubblica. L'ipotesi sulla quale l'Autorità sta lavorando è quella di un rinnovo non oneroso delle concessioni in scadenza nel 2029, con validità fino al 2037, accompagnata però da precisi obblighi di investimento. Il meccanismo allo studio prevederebbe quindi impegni vincolanti sulle infrastrutture di rete, sottoposti a verifiche ogni due anni. Se tali impegni non venissero rispettati, le frequenze potrebbero essere revocate e riassegnate attraverso nuove procedure competitive. A questo occorre aggiungere un ulteriore aspetto. Nello schema attuale il rinnovo non oneroso riguarda infatti la procedura di assegnazione. Non si tocca invece il tema degli oneri di concessioni annuali, pagato annualmente, il cui ordine di grandezza, a quanto ricostruito dal Sole 24 Ore, si aggira attorno ai 700 milioni di euro. A ogni modo, la gratuità va incontro alle richieste della maggior parte degli operatori e di Asstel, da tempo favorevoli a evitare un nuovo impatto finanziario sul modello dell'asta 5G del 2018. Quella gara portò allo Stato 6,5 miliardi, ma rappresentò anche un passaggio che ha inciso in modo significativo sui bilanci. La delibera finale dovrebbe arrivare all'inizio dell'autunno, chiudendo il lavoro dell'Autorità. A quel punto il dossier passerebbe nelle mani del Mimit e del Governo, che potrebbe intervenire attraverso la legge di bilancio. Resta aperto il tema posto da Iliad, che continua a chiedere un riequilibrio nella distribuzione delle frequenze: congelare l'assetto attuale «sarebbe una situazione mai vista prima», ha dichiarato l'ad di Iliad Italia, Benedetto Levi, in un incontro a fine aprile. Per questo la telco si è espressa per un sistema misto (proroga e procedure competitive). © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Emergenza abitativa

Piano casa, negozi e alberghi per sostenere gli investimenti privati

Strutture non residenziali potranno essere realizzate in deroga ai limiti del Piano

Flavia Landolfi , Giuseppe Latour


Piano casa, negozi e alberghi per sostenere gli investimenti privati

Spazi commerciali, uffici e alberghi potranno contribuire a rendere sostenibili le operazioni private attivate nell'ambito del Piano casa. Il testo finale della legge di conversione del decreto n. 66/2026, atteso lunedì al voto di fiducia della Camera dopo la prima discussione di ieri, contiene anche un passaggio che cerca di aumentare la fattibilità degli investimenti del programma per il contrasto all'emergenza abitativa: sebbene resti il vincolo di dedicare almeno il 70% all'edilizia residenziale convenzionata, arrivano delle deroghe per la parte non residenziale.

La modifica, approvata in commissione Ambiente, porta la firma di Fratelli d'Italia e della Lega, ed è al centro di un ordine del giorno firmato dal capogruppo del Pd in commissione Ambiente, Marco Simiani che chiede di evitare di dedicare le agevolazioni del Piano «ad operazioni nelle quali la componente non residenziale risulti prevalente e la funzione abitativa sociale rivesta carattere meramente accessorio».

L'emendamento votato giovedì in commissione, allora, ritocca l'articolo 9 del provvedimento, dedicato all'edilizia convenzionata, cioè ai lavori pagati dai privati con una quota di alloggi a prezzo calmierato e una quota (al massimo il 30%) di alloggi venduti a prezzo di mercato. In teoria, i secondi devono rendere sostenibili i primi; in pratica, molti operatori considerano difficilmente realizzabile il 70% di case a prezzi convenzionati. Il rischio è, insomma, che l'articolo 9 resti soltanto sulla carta. Così, la maggioranza punta ad ammorbidire questo vincolo. Le operazioni, allora, potranno prevedere «l'insediamento di una pluralità di destinazioni d'uso, residenziali e non residenziali». In questi casi, la quota percentuale minima del 70% di edilizia convenzionata, da rispettare per ottenere le semplificazioni del decreto, sarà calcolata esclusivamente sulla componente residenziale: cioè, mettendo in relazione gli immobili a prezzo libero e quelli a prezzo calmierato. Saranno fuori da questo conteggio gli investimenti «destinati a destinazioni d'uso non residenziali», dice la modifica. Sarà la convenzione con il Comune, posta alla base dell'investimento, a definire il perimetro della componente residenziale e, quindi, i numeri posti a base del calcolo.

Il mix di funzioni degli interventi privati agevolato attraverso l'edilizia convenzionata è al centro anche di altri emendamenti approvati in commissione Ambiente. Viene, infatti, prevista la possibilità che «una quota compresa tra il 5 per cento e il 15 per cento della superficie utile complessiva» dei nuovi insediamenti possa essere «destinata a start-up, microimprese, attività lavorative svolte in postazioni condivise (coworking), commercio di prossimità, artigianato urbano e a servizi di quartiere mediante convenzioni a canone calmierato». Non solo. Con una modifica appoggiata sia dalla maggioranza che dall'opposizione,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e salutata con favore ieri da una nota di Cna, tra i servizi pubblici dei quali bisognerà assicurare una «adeguata dotazione» nei nuovi insediamenti di edilizia integrata, vengono ricomprese anche le attività artigianali «di produzione di beni o di prestazione di servizi». Sarà anche assicurata, nelle nuove aree, «la presenza di spazi e servizi di prossimità, anche comuni, funzionali alla coesione sociale e al benessere della comunità residente». E, andando in una direzione sollecitata nel corso delle audizioni, dovranno essere coinvolti in questi progetti «le reti e gli enti del Terzo settore operanti in ambito sociosanitario e di comunità». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

Squilibrio insostenibile Bruxelles prepara la difesa contro le merci cinesi

Il deficit dell'Unione con il gigante asiatico è di un miliardo al giorno I leader in pressing sulla Commissione. Tra le ipotesi dazi sulle auto ibride

MARCO BRESOLIN



MARCO BRESOLIN CORRISPONDENTE DA BRUXELLES Un miliardo di euro al giorno di deficit commerciale, gonfiato da sussidi pubblici che distorcono il mercato, da una sovraccapacità produttiva, da un controllo delle terre rare e da una sottovalutazione della moneta che distorce ulteriormente il mercato. L'Unione europea ha deciso di affrontare in modo più strutturato il problema Cina, sfruttando un momento inedito: per la prima volta, tutti i suoi Stati membri hanno registrato un deficit commerciale con Pechino (è successo nel 2025, dopo che la bilancia ha cambiato segno anche per Irlanda e Lussemburgo).

I capi di Stato e di governo Ue ne hanno discusso nella notte tra giovedì e ieri, chiusi nella stanza del Consiglio europeo, senza telefoni per essere più concentrati e per evitare fughe di notizie. Due ore di confronto hanno permesso di arrivare a una conclusione: non bisogna rompere i rapporti con Pechino, ma anzi cercare un dialogo, tenendosi però pronti ad adottare le misure di difesa necessarie per proteggere i propri interessi. L'Ue ha già una serie di strumenti a sua disposizione, ma i leader hanno chiesto alla Commissione di integrare la cassetta degli attrezzi con altre "leve" da azionare in caso di necessità.

Ursula von der Leyen ha spiegato che l'esecutivo europeo «lavorerà su nuovi strumenti, come ad esempio uno strumento di diversificazione» con l'obiettivo di «ridurre i rischi». La presidente della Commissione ha ricordato che «abbiamo già una vasta gamma di strumenti, accumulati negli ultimi anni, ma ora dobbiamo utilizzarli in modo più proattivo e strategico per difendere i nostri interessi». Tra le ipotesi circolate in questo senso, c'è anche quella di accelerare e ampliare le indagini di mercato sulla falsariga della Sezione 301 del Trade Act statunitense. Altre indiscrezioni parlano di una possibile introduzione di dazi sulle vetture ibride plug-in provenienti dalla Cina, oltre a quelli già in vigore sulle elettriche.

Per il momento, von der Leyen si è limitata a parlare solo della possibilità di introdurre un nuovo strumento per favorire la diversificazione delle forniture: «Aiuterà le aziende a ridurre più rapidamente il rischio. Negli ultimi anni, la reazione ai rischi non è stata abbastanza rapida e adeguata». Palazzo Berlaymont aveva anche valutato l'ipotesi di imporre alle imprese di rifornirsi da almeno tre Paesi per determinate componenti critiche, anche se le resistenze emerse all'idea sembrano scoraggiare un intervento in questa direzione. Meglio muoversi nel campo degli incentivi, anche se questo potrebbe creare disparità tra i singoli Stati membri, penalizzando quelli che non hanno sufficiente spazio di bilancio per concedere aiuti di Stato. Un documento circolato nelle scorse settimane sottoscritto da

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

Italia, Francia e Paesi Bassi chiedeva misure più incisive, ipotizzando persino dazi sulle singole imprese e non ai singoli Paesi. Non sembra esserci il consenso necessario per spingersi fin lì, anche perché la Germania resta più cauta degli alleati. Ma anche Berlino oggi sembra aver rivisto la propria posizione, decisamente più intransigente. «Quando vediamo singoli Paesi che rappresentano il 13-14% della domanda mondiale e contemporaneamente oltre il 30-40% della produzione industriale ha fatto presente il cancelliere Friedrich Merz , quando cioè si sovvenzionano sistematicamente capacità produttive eccessive, e quando tutto ciò è accompagnato da una valuta che non è liberamente convertibile e da mercati dei capitali chiusi verso l'esterno, allora ci troviamo di fronte a distorsioni della concorrenza che non vogliamo semplicemente accettare». Tra i più dialoganti c'è il premier spagnolo Pedro Sanchez, ma nel dibattito dell'altra notte la posizione di Madrid è parsa piuttosto isolata e la linea dura sembra prevalere. È invece emersa una chiara spaccatura tra i Ventisette nella sessione del Consiglio europeo dedicata al prossimo bilancio pluriennale, alla luce della proposta di compromesso presentata dalla presidenza cipriota. Il fronte dei Paesi mediterranei e dell'Est Europa ha chiesto di mantenere le risorse per agricoltura e coesione, mentre la Germania e i Frugali chiedono di tagliare l'ammontare totale del budget settennale che nella versione sul tavolo ammonta a 1.947 miliardi di euro. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

Emanuele Orsini

Emanuele Orsini - "Agire ora su energia, difesa e capitali così Pechino rischia di sopraffarci"

Il presidente di Confindustria: "Colmare il gap del prezzo dell'elettricità tra i Paesi dell'Ue"

ANDREA ROSSI


LA STAMPA 13

LE SFIDE DELL'ECONOMIA

Emanuele Orsini

"Agire ora su energia, difesa e capitali così Pechino rischia di sopraffarci"

Il presidente di Confindustria: "Colmare il gap del prezzo dell'elettricità tra i Paesi dell'Ue"

andrea rossi inviato ad alba «Ci stanno chiedendo di andare in montagna portandoci la tenda sulla schiena».

Nel giorno in cui Donald Trump ci rifila parole sue «l'ennesimo schiaffone» il presidente di Confindustria Emanuele Orsini mostra evidenti segnali d'insofferenza.

Mentre l'America è sempre più lontana e la Cina sempre più aggressiva l'Europa sembra non sapere tenere il tempo di questo mondo in tumultuoso movimento. «Io sono stufo di contrattazioni politiche sulla pelle delle persone», spiega al termine della sua giornata piemontese, cominciata con l'assemblea degli industriali di Asti e proseguita ad Alba con quella congiunta delle Confindustrie di Cuneo e del Piemonte.

«L'Europa deve fare ragionamenti molto seri e rapidi.

Stiamo continuando a prendere ceffoni. È indispensabile costruire un'autonomia che oggi manca: difesa, energia, capitali, produzioni. Se non abbiamo ancora capito che bisogna fare in fretta io mi arrendo».

Quel che sta accadendo fuori da noi a cominciare dal Medio Oriente sta impattando enormemente su di noi, ragiona Orsini. Ci si aspettava la firma sull'accordo Stati Uniti-Iran, che non è arrivata, Israele continua a bombardare il Libano, «e l'Europa continua a soffrirne le conseguenze: costi dell'energia, delle merci, di materie prime come alluminio e nichel». La distanza sull'asse atlantico è sempre più profonda: «Avevamo imprenditori già a Miami, ora la missione è stata annullata. Le parole di Trump su Meloni tra alleati non può esistere.

Ma questa situazione impone all'Europa di agire in fretta per rendersi autonoma».

Sapersi sostenere energeticamente e difendersi o almeno poter fare deterrenza, ora che l'ombrello americano minaccia di venire meno. «C'è bisogno di un mercato unico dell'energia. Invece a parole siamo tutti convinti europeisti salvo qualche Stato che pensa di farcela da solo sulla pelle degli altri». Ci sono squilibri che stanno diventando zavorre: «La tassa sulle emissioni di anidride carbonica, che noi abbiamo sostenuto, ci sta affossando.

L'Europa incasserà 70 miliardi, di questi 14 serviranno al solo funzionamento della Commissione europea. All'Italia ne arriveranno 4 di cui appena 600 milioni alle imprese. Le aziende pagavano 6 euro a megawattora, adesso siamo a oltre 70; negli Stati Uniti ne pagano 25. È in atto una gigantesca speculazione finanziaria. Abbiamo chiesto di sospendere la misura, non perché non ci crediamo ma perché non crediamo nella capacità di rimodularla rapidamente. E che cosa ci rispondono? Che stanno contrattando a livello politico. Sì, sulla pelle delle persone. Dovremmo poter essere competitivi ma così non riusciamo. Andiamo in montagna

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

con lo zaino pieno di sassi».

L'Europa latita, l'Italia pure. «Paghiamo l'energia mediamente 200 euro a megawattora, la Spagna 90, la Germania 100: se non si riescono a colmare questi gap facciamo fatica a trattenere le nostre imprese e ad attrarne delle altre, che sarebbe il nostro obiettivo». Ci sono circa 4 mila progetti legati alle energie rinnovabili in attesa di autorizzazione. «L'ho detto due mesi fa. Sono passati sessanta giorni e le concessioni sono ancora ferme. Eppure stiamo parlando di oltre 130 gigawatt di progetti pronti e solo da mettere a terra. È la fotografia di un Paese che avrebbe bisogno di accelerare ma non riesce a farlo.

Ogni giorno che passa è un giorno in più in cui le imprese e le famiglie pagano un prezzo dell'energia che non dovrebbero pagare. Nel frattempo, fuori dai nostri confini, il mondo non aspetta: la Germania sta realizzando il più grande impianto termoelettrico d'Europa, la Cina ha costruito 300 nuove centrali a carbone, mentre noi rinunciamo al gas e al nucleare e lasciamo le rinnovabili bloccate negli uffici. Se non cambiamo molto velocemente in questo paese, in Europa, le politiche energetiche saranno un problema nei confronti di Paesi concorrenti come la Cina che rischiano di sopraffarci». Dal punto di osservazione di Orsini è come se l'Europa fosse stretta in una morsa. A Ovest c'è un alleato storico «di cui avremmo bisogno perché è un mercato spendente con cui abbiamo un saldo molto positivo», ma che ci sta rinnegando. Dall'altra c'è un gigante le cui mosse possono affondarci. «Stiamo affossando l'industria europea con prodotti a basso costo importati dalla Cina», è l'allarme del presidente di Confindustria. «Nel 2025 è stato perso un milione posti di lavoro per il combinato di alti costi e scarsa competitività. La Cina applica politiche di sconto sui propri prodotti, fino al 30%, per esportare in Europa, e noi per essere competitivi li acquistiamo. Ma così facendo affossiamo le nostre imprese e perdiamo produzioni interne». È il caso, ad esempio, delle aziende del bianco italiano, i distretti dei grandi elettrodomestici che chiudono, ridimensionano, licenziano. Avremmo bisogno di crescere del 2% l'anno, ragiona Orsini, altro che arrampicarsi a fatica allo 0, 5. Potremmo farcela - è convinto - se Europa e Italia agissero alla svelta. Sull'energia e non solo. Il sistema fiscale, ad esempio: «Abbiamo 120 miliardi di tax expenditure (agevolazioni, deduzioni, ndr); abbiamo chiesto al governo, con un atto di responsabilità, di andarne a prendere almeno 20 da quelle misure che sono sovrapposte, magari non più attuali, e convertirle su crescita, sanità, scuola». La leva fiscale potrebbe aiutare anche le imprese ad aggregarsi: «Le nostre grandi aziende sono competitive al pari di quelle straniere, le medie viaggiano molto al di sopra; sono le piccole a soffrire e noi dobbiamo aiutarle a mettersi insieme. Abbiamo settori che trainano e altri maturi che andrebbero trasformati». Servirebbe qualcuno che decida e in fretta, a Roma e a Bruxelles. «Se in Italia e in Europa non saremo capaci di uno sforzo comune, perderemo la nostra industria, ovvero il 15% del Pil, e milioni di posti di lavoro». Fare in fretta, perché l'Europa è rimasta sola ma sembra ancora rifiutarsi di prenderne atto e comportarsi di conseguenza. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Milano Finanza

Economia, consumi e società

Previdenza in azienda

CARLO GIURO


I VOSTRI SOLDI IN GESTIONE PENSIONE & PREVIDENZA

Previdenza in azienda

Tra vantaggi fiscali e sostegno agli assegni pubblici, i fondi pensione possono rafforzare il welfare offerto dalle imprese ai propri lavoratori

Bruxelles spinge la diversificazione

Ventisei anni per riprendersi. Cosa insegna il rally di Piazza Affari

Il welfare aziendale rappresenta una realtà sempre più importante nel sistema economico italiano sia per fornire risposta ai bisogni che si profilano in considerazione dell'evoluzione della piramide demografica e del progressivo ridimensionamento delle prestazioni offerta dallo Stato, che per effetto dei significativi vantaggi fiscali previsti dall'ordinamento e incrementati progressivamente dalle ultime manovre finanziarie.

Secondo le evidenze riportate nel recente 9° Rapporto annuale di Censis-Eudaimon il 43,6% delle imprese indica quale ragione prima del proprio welfare aziendale la volontà di aumentare il potere d'acquisto dei lavoratori contenendo, al contempo, il costo del lavoro. Il 38,6% delle imprese indica la voglia di potenziare la capacità dell'azienda per attrarre e trattenere lavoratori, mentre il 32,1% ha indicato l'obiettivo di migliorare la social reputation dell'azienda. È invece solo il 12,1% delle imprese a indicare come ragione il rendere disponibili soluzioni per risolvere disagi e difficoltà dei lavoratori, consentendogli di operare in azienda con maggiore serenità. Riportando poi i dati del Corporate Welfare Lab, il nuovo Osservatorio realizzato da Luiss Business School in collaborazione con Edenred Italia si evidenzia un vero e proprio spread di produttività tra le aziende che hanno piani di welfare aziendale rispetto a quelle che ne sono prive (il 26,7% per le pmi, il 29,8% per le aziende medie, il 19,5% per le grandi imprese).

È interessante poi approfondire come si collochi la percezione della previdenza complementare come elemento del welfare aziendale, considerando peraltro che dal 1° luglio entreranno in vigore le novità introdotte dalla Legge di Bilancio con la versione riveduta e corretta del silenzio assenso per i nuovi assunti e una serie di adempimenti informativi da parte delle aziende.

Esplorando i servizi e i benefit attivati, dalla ricerca Censis emerge che il 69,6% delle imprese ha attivato forme di previdenza complementare con versamenti ad un fondo previdenziale aziendale o privato a cui il dipendente è iscritto. Andando alle tipologie di benefit che nel futuro vorrebbero attivare il 31,4% ha in proposito di sviluppare ulteriormente la previdenza complementare.

Per quanto riguarda i dipendenti, il 59,5% giudica utili i buoni pasto, il 29,4% i buoni carburante, il 26,1% i buoni acquisto, il 16,4% i bonus legati all'acquisto di particolari servizi come, ad esempio gli abbonamenti o i voucher per attività sportive, culturali e ricreative, il 14,8% contributi o rimborsi per il trasporto pubblico. L'assistenza sanitaria propriamente detta con polizze assicurative, accesso a visite specialistiche per sé stessi e familiari è indicata dal 57,7% dei dipendenti, la possibilità di beneficiare di check up medici annuali è utile per il 36% e il supporto per i famigliari

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

anziani con forme di assistenza domiciliare e infermieristica è apprezzato dal 16,4% dei dipendenti. Indicati come utili sono anche la disponibilità di consulenze psicologiche (per il 16% degli intervistati) e eventuali programmi di gestione dello stress con accesso a figure come terapisti, coaching o workshop (per il 9,8%).

Non viene invece citata in maniera specifica la previdenza complementare.

La sensazione è che i margini di sviluppo dei fondi pensione nel welfare aziendale siano ancora molto ampi e fondamentale per una sua maggiore diffusione saranno anche le attività di comunicazione ed educazione finanziaria in ambito lavorativo. Va trasmessa in particolare la consapevolezza che il sistema di previdenza pubblica è ormai basato sul metodo contributivo e pertanto garantirà assegni di valore di gran lunga inferiore rispetto a quelli cui ci hanno abituati le generazioni precedenti per cui diviene fondamentale il ruolo della previdenza complementare.

Accantonare fin dall'inizio della carriera lavorativa un costante risparmio previdenziale anche beneficiando del contributo del datore di lavoro rende possibile ottenere una futura rendita che può supportare un tenore di vita complessivamente adeguato. Vanno poi evidenziati i vantaggi fiscali. I contributi versati ai fondi pensione beneficiano di una deduzione fiscale dal 2026 pari al 5.300 euro annui, incrementabili di ulteriori soglie per i lavoratori di prima occupazione dal 2007 che dopo i primi cinque anni di contribuzione a una forma di secondo pilastro hanno 20 anni per recuperare la deduzione eventualmente non fruita; ulteriori deduzioni sono disponibili nel caso di premi di risultato convertiti in previdenza complementare per i dipendenti di aziende che hanno siglato accordi sindacali con premi legati a target incrementali aziendali. In particolare il premio di risultato per un importo massimo di 3 mila euro può essere convertito in contributo di previdenza complementare.

In questo caso il premio di risultato sarà totalmente esente da tassazione, anche nella fase di erogazione di una prestazione di previdenza complementare, e tale importo massimo di 3 mila euro si aggiungerà alla contribuzione ordinariamente deducibile entro il limite generale di 5.300 euro. Va ricordato come l'Agenzia delle entrate ha confermato nel luglio del 2024 che nessuna comunicazione deve effettuare l'aderente ad un fondo pensione in merito ai premi di risultato convertiti in contributi di previdenza complementare se tale informazione viene fornita dal datore di lavoro.

L'azienda poi sui contributi riconosciuti ai dipendenti ai fondi pensione paga una contribuzione all'Inps ridotta di due terzi, abbattendo così il proprio costo del lavoro. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

L'uso dell'intelligenza artificiale in azienda

Piccole imprese, il 17% pianifica un team sull'AI

Nuove tecnologie

Andrea Marini


Piccole imprese, il 17% pianifica un team sull'AI

L'80% delle grandi imprese dispone di un team dedicato all'intelligenza artificiale, contro il 53% delle piccole e medie imprese. Tuttavia il 17% di queste ultime ha già pianificato la costituzione di un team dedicato. Un dato che suggerisce come l'intelligenza artificiale stia diventando una risorsa sempre meno legata esclusivamente alla dimensione aziendale e alla disponibilità di risorse. Questo è uno dei dati più interessanti che emerge dall'Osservatorio AI dell'AI & Analytics LAB di Rome Technopole, nato nell'ambito del Progetto Flagship 8, coordinato da UniCredit, e presentato ieri da Ivan Luciano Danesi, AI adoption lead di UniCredit. Una indagine effettuata grazie al contributo di 75 aziende (operanti su scala nazionale ed internazionale) del network di Rome Technopole e alla diffusione supportata da Unindustria.

Alla domanda sul numero di progetti relativi all'AI sviluppati, il gap tuttavia è ancora ampio. Le grandi imprese per il 48% rispondo più di 20 (appena il 17% le piccole e medie imprese e le start up), mentre le piccole e medie imprese e le start up nella maggioranza dei casi (47%) indicano da 1 a 5. Sul fronte degli obiettivi per cui si usa questa tecnologia, la distanza più evidente è nel supporto a processi decisionali: 52% per le grandi imprese e 23% per Pmi e start up.

La riduzione del divario nell'interesse verso l'AI e nella costruzione di team dedicati tra Pmi e grandi imprese potrebbe essere spiegata - sottolinea la ricerca - dall'impatto della AI generativa, «che ha contribuito a ridurre la necessità di competenze altamente specialistiche e di infrastrutture proprietarie per lo sviluppo di applicazioni. Questo fenomeno emerge chiaramente osservando le tecnologie utilizzate: mentre le tecniche di analisi statistica e machine learning tradizionale sono adottate dall'80% delle grandi imprese e da circa il 50% delle Pmi», la AI generativa «viene utilizzata in circa il 70% dei casi da entrambi i gruppi». «Un fatto è certo - ha detto Lorenzo Tagliavanti, presidente della Camera di Commercio di Roma -: le nostre imprese non possono rimanere indietro sul tema della digitalizzazione né, tantomeno, su quello dell'intelligenza artificiale». Per Antonella Polimeni, rettrice dell'Università di Roma La Sapienza, «l'AI è percepita dalle imprese come una leva strategica. Le grandi imprese sono più strutturate, ma anche le Pmi mostrano un interesse nei suoi confronti. Bisogna accompagnarle in questo processo». «Nel Lazio gli addetti potenzialmente sostituibili dall'AI sono il 29,3%, oltre cinque punti in più rispetto alla media italiana. Ma allo stesso tempo il 30,6% dei lavoratori svolge mansioni che potrebbero essere supportate e potenziate dall'intelligenza artificiale, con incremento di produttività e redditività, anche in questo caso con valori superiori alla media nazionale», ha spiegato il delegato Università e Ricerca di Unindustria, Claudio Arcudi. «Questo significa - ha aggiunto - che il Lazio

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

non è solo più esposto al cambiamento. È anche uno dei territori che può trarre maggiori benefici da questa trasformazione». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

Competizione e big tech

Google punta a sfidare Nvidia nei chip per l'intelligenza artificiale

Nuove garanzie finanziarie per conquistare clienti nel settore dei data center Infranto il monopolio di Nvidia, il concorrente ne ha clonato la strategia

Biagio Simonetta


Finanza & Mercati

Google punta a sfidare Nvidia nei chip per l'intelligenza artificiale

ASML

Tech, l'olandese Asml nel mirino degli Usa per le macchine alla Cina

L'ipo della telefonica Jio pronta al record in India

Chi sceglie di essere trasparente, oggi è più visibile che mai.

L'esperto risponde

La leadership di Nvidia nei chip per l'intelligenza artificiale è a rischio? Al momento no, ma se player come Google decidono di entrare nella partita, qualcosa può cambiare.

Big G, infatti, starebbe lavorando per trasformare i propri chip per l'AI da tecnologia a uso interno, in una nuova linea di business, seguendo una strategia che ricorda da vicino proprio quella adottata da Nvidia negli ultimi anni.

Secondo quanto riportato dal Wall Street Journal, il gruppo di Mountain View sta utilizzando la propria forza finanziaria per sostenere la costruzione di infrastrutture AI basate sui Tensor Processing Units (TPU), i processori sviluppati internamente e utilizzati da qualche anno per alimentare servizi come Search, YouTube e Gemini. L'obiettivo sarebbe piuttosto chiaro: ridurre la dipendenza del mercato dai processori Nvidia e creare un ecosistema alternativo in grado di attrarre clienti e investitori. Il denaro in ballo, del resto, è veramente tanto.

Secondo le fonti, però, il vero punto vincente potrebbe essere legato a qualcosa che va al di là del "semplice" chip. Secondo il Wall Street Journal, il colosso di Mountain View starebbe cercando di replicare una delle strategie che hanno contribuito al successo di Nvidia: usare la propria forza finanziaria per favorire la costruzione di data center basati sulle proprie tecnologie.

In pratica, Google non si limiterebbe a sviluppare e vendere processori per l'intelligenza artificiale, ma contribuirebbe (almeno in alcuni casi) anche a rendere possibili gli investimenti necessari per costruire le infrastrutture che utilizzeranno quei chip.

Tra gli esempi citati dal quotidiano americano c'è il progetto Lake Mariner, nello Stato di New York, la cui capacità di calcolo del sito sarà utilizzata da Anthropic. Per questo data center Google avrebbe fornito una garanzia finanziaria da 3,2 miliardi di dollari. Ma Big G ha raggiunto un accordo da circa 5 miliardi di dollari anche con Blackstone per sviluppare una piattaforma cloud basata sui propri TPU. L'obiettivo è creare un ecosistema capace di competere con operatori come CoreWeave, che hanno costruito la loro crescita attorno ai chip Nvidia.

Insomma, la società guidata da Sundar Pichai pare pronta a mettersi in pista per uno dei settori più fiorenti, ma anche a maggior competizione, nel mondo dorato dell'AI. E la mossa arriva in un momento in cui, non a caso, questo mercato si sta spostando progressivamente dai modelli all'infrastruttura. La domanda di capacità di calcolo continua infatti a crescere a ritmi sostenuti e la disponibilità di chip rappresenta uno dei principali fattori competitivi del settore. Per Google il vantaggio è duplice:

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

da un lato dispone di una lunga esperienza nello sviluppo di acceleratori proprietari per l'AI. E dall'altro può contare sulla divisione cloud, che offre un canale diretto per distribuire tali tecnologie ai clienti aziendali. La sfida resta comunque complessa. Nvidia mantiene una posizione dominante nel mercato dei processori grazie a una combinazione di hardware, software e strumenti per gli sviluppatori che negli ultimi anni hanno creato un forte effetto rete. Effetto che ha fatto della società di Jensen Huang la regina indiscussa di Wall Street. Almeno fino a oggi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

Il Ventunesimo sarà il secolo dove al centro di tutto c'è il Business, non l'Ideologia

Conseguenze inevitabili dell'IA

I robot decimarono gli operai, l'IA i professionisti

RICCARDO RUGGERI


Il Ventunesimo sarà il secolo dove al centro di tutto c'è il Business, non l'Ideologia

Conseguenze inevitabili dell'IA

I robot decimarono gli operai, l'IA i professionisti

Sanità, in Veneto l'IA entra anche nelle Casa di comunità e darà supporto al 116117 per le cure sanitarie non urgenti

Ad alcuni banchieri (specie svizzeri) e magistrati (specie italiani), personaggi che in cuor loro pensano di essere missionari, ho presentato, in privato, la formula IDEA + IA + NCS, premettendo che mi riferisco all'applicazione della stessa al management e alla burocrazia dei modelli organizzativi. Niente seghe mentali sulla coscienza, niente losche applicazioni militari, peggio, nessuna finta dissociazione in Vaticano. E l'assunzione che il Ventunesimo sarà il secolo dove al centro di tutto c'è il Business, non l'Ideologia. Un altro mondo! Malgrado il rapporto di amicizia non sono riuscito a spiegare loro la profondità e, soprattutto, l'ineluttabilità dell'adozione operativa della formula. Non è che sia di difficile comprensione, ma si rifiutano di ascoltare. Appena pronunci le due paroline, IA, si irrigidiscono, persino fisicamente, si mettono in posizione di difesa, di rifiuto. Mi sono reso conto che IA provoca in loro un sincero disgusto fisico-culturale. Un parallelo colto. Il disprezzo dei miei amici banchieri e magistrati verso IA mi ricorda quello di Franz Kafka verso i treni simboli di una modernità troppo efficiente, capaci di ridurre l'individuo a un ingranaggio, di privarlo della libertà di deviare dal percorso stabilito. Mi spiace per uno dei miei miti ma, a cent'anni di distanza, la posizione di Kafka si è rivelata semplicemente per quello che era: un momento piccolo borghese di stupidità colta. Visto che non riesco a farlo capire a parole, ho provato a prendere da lontano il problema dell'applicazione di IA al management e alla burocrazia, perché questo è l'obiettivo che perseguo.

Ho lavorato, fino ai 25 anni, in un mondo in cui la gerarchia retributiva e sociale delle classi povere privilegiava il mestiere rispetto alle brute attività operative, che allora chiamavamo manovalanza. Così, noi operai specializzati Fiat, nei Cinquanta del Novecento, guadagnavamo fino al 30% in più di un impiegato comunale o di un tranviere.

Perché? Perché noi avevamo un mestiere, loro no!

Nei Sessanta cambiò tutto, le macchine utensili divennero più evolute, il nostro mestiere era sempre meno richiesto.

Negli Ottanta la mazzata finale, le grandi ristrutturazioni chiudevano stabilimenti, licenziavano gli operai con un mestiere, sostituendoli con robot. Lì capimmo cosa significava produttività.

Poi, arrivò la mitica globalizzazione. Per i lavoratori fu disastrosa, se non per chi non operava nella finanza. Di colpo, il lavoro operaio non fu più un mestiere, di colpo divenne un lavoro povero, insieme agli stabilimenti produttivi si trasferì in Cina, e non sarebbe mai più tornato indietro.

Fu la fine di una classe sociale, sostituita da laureati-masterizzati, english fluency, iPad d'ordinanza, completo Battistoni, camicia bianca, cravatta Marinella personalizzata. Il Patriziato si inventò il

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

lavoro pregiato e lo affidò ai propri figli e amici degli amici, emettendo certificati, lauree, master. Non più mestieri, ma certificati di appartenenza a un club. Alcuni nascevano già con il giusto curriculum patrizio nella placenta. I modelli organizzativi divennero a maglia bernarda, aumentarono i livelli gerarchici, così i titoli (tutti Vice President). In realtà, costoro producevano non prodotti ma norme, protocolli, carta, quindi Ora, cinquant'anni dopo, scopriamo che le attività contenute in un file possono essere svolte, meglio, più velocemente, soprattutto con costi infinitesimi, da IA anziché da un umano. E così morirà, come fu per il lavoro povero, anche il lavoro pregiato, sovrappagato.

Perché IA non ha bisogno di un corpo, di sindacati che la rappresentino, di politici che cerchino il suo voto, di un ufficio.

Le basta l'accesso allo stesso file al quale fino a ieri l'umano patrizio si collegava.

E software dopo software, applicazione dopo applicazione, IA si farà trama di un tessuto estetico e sociale che rappresenterà la nostra vita nel XXI secolo. Perché, che ci piaccia o meno, le Gen X e Millennium nel 2050 saranno al potere del mondo, e IA rappresenterà un momento di cambiamento fisico-culturale paragonabile solo a ciò che fu la scoperta dell'America. IA dobbiamo cavalcarla, opporsi ad essa, come mi pare facciano larghe parti di alcune categorie patrizie - magistrati e banchieri in primis - mi pare tempo sprecato. Quando il Patriziato capirà l'importanza di IA per i giovani plebei? È l'unica opportunità di cambiamento di paradigma che da secoli viene loro offerta. Una facile profezia: fra cinque anni i plebei saranno più digitali dei patrizi! Per la prima volta, lavoro povero e lavoro ex pregiato saranno dello stesso importo. Comunque, non dimenticatelo mai, se non siete nel tavolo di IA, siete nel menu! 2 continua Zafferano.news.