Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

giovedì, 17 settembre 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

giovedì, 17 settembre 2026

Coop Alleanza 3.0

16/09/2026 **ilsole24ore.com** 5
Fruit and vegetables: innovation in the field to tackle the climate crisis

Area Emilia Romagna

17/09/2026 **La Nuova Ferrara** Pagina 35 8
Salmonella, ritirate 19mila uova

17/09/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)** Pagina 52 *Emily Mirelli* 9
Gara di sfoglini e sfogline della solidarietà Il ricavato a favore della Fondazione Ado

16/09/2026 **Cronaca Comune** 11
7ª Gara di Sfoglini e Sfogline della Solidarietà a favore della Fondazione ADO

Controllate e partecipate

17/09/2026 **La Repubblica** Pagina 31 *ANDREA GRECO* 14
Intesa-Mps, il primo sì via libera della vigilanza su quote Generali e Axa

17/09/2026 **La Stampa (ed. Torino)** Pagina 31 *RICCARDO LEVI* 16
Il caro benzina fa riscoprire il mare della Liguria

17/09/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Imola)** Pagina 52 17
«La nostra Bologna, dolce e rivoluzionaria»

17/09/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 18 19
Barbieri racconta la sua verità «La mia libertà dopo il successo»

16/09/2026 **Reggionline** 21
Lo chef Bruno Barbieri presenta il suo nuovo libro a Reggio Emilia

Coop e Cooperazione

17/09/2026 **Avvenire** Pagina 11 22
Dadda confermato nel direttivo dell'Ica

17/09/2026 **Quotidiano del Sud (ed. Basilicata)** Pagina 12 23
Arriva il primo festival delle cooperative di comunità lucane

17/09/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Macerata)** Pagina 41 24
Coopevolution: Acquaroli e Alleruzzo si confrontano su cooperazione e IA

17/09/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Cesena)** Pagina 35 25
«Crisi dei campi, danni alle colture e costi aumentati»

17/09/2026 **La Nuova Ferrara** Pagina 35 26
Nasce la prima Rete della Piccola pesca Le realtà della costa regionale ora unite

17/09/2026 **Il Secolo XIX (ed. La Spezia)** Pagina 25 *FRANCESCO BUSONI* 27
L'hospitality diventa museo per i 120 anni della società

17/09/2026 **Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)** Pagina 19 28
Ruba bottiglie minacciando il personale con le forbici: condannata a 1 anno e 8 mesi

17/09/2026 **Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)** Pagina 25 29
Intesa Misericordia-Unicoop: al supermercato si possono prenotare visite ed esami diagnostici

17/09/2026 **La Nazione (ed. Empoli)** Pagina 47 31
Gli esami o le radiografie? Si prenotano alla Coop

17/09/2026 **Il Tirreno** Pagina 34 33
«Così combattiamo le mafie» Lezioni nel capannone Chioini

17/09/2026 **Corriere di Viterbo** Pagina 10 35
Acquapendente A Monte Rufeno torna la Scarpinata

Concorrenza GDO

17/09/2026 **Italia Oggi** Pagina 12 *ANTONINO D'ANNA* 36
Gdo contro i negozi del centro

17/09/2026 **La Repubblica (ed. Milano)** Pagina 3 *PIETRO PIGA* 38
Caccia allo sconto e spesa-mini strategia tra gli scaffali

16/09/2026 **gdonews.it** *Stefania Lorusso* 40
Se la spesa la fa ChatGPT, la GDO dovrà imparare a farsi scegliere dall'AI

16/09/2026 **Distribuzione Moderna** 42
Le referenze premium di The Longevity Kitchen arrivano nei supermercati to.market

16/09/2026 **Distribuzione Moderna** 44
Osservatorio Immagino di GS1: la colazione innovativa e salutistica conquista gli italiani

16/09/2026 **Distribuzione Moderna** 46
Conad inaugura la nuova stazione di rifornimento a San Vito al Tagliamento (Pn)

16/09/2026 **gdonews.it** 47
Rossetto Group e IBC, trent'anni di collaborazione tra innovazione e fiducia

17/09/2026 **Cronaca Qui** Pagina 19 49
Recupero dell'area ex Dea Aperto il Superstore Pam

17/09/2026 **Il Giorno (ed. Lodi-Crema-Pavia)** Pagina 39 50
Messaggio su un foglio: «Il negozio chiude» Aldi lascia Fiumicello

17/09/2026 **La Provincia di Civitavecchia** Pagina 10 51
Eurospin, di notte niente sosta a tempo

17/09/2026 **Il Secolo XIX** Pagina 25 53
Lavoratori in sciopero al market MD di Alessandria

17/09/2026 **Sabato Sera (ed. Imola)** Pagina 13 *ALESSANDRA TESTA* 54
Crisi Realco: una «solidarietà di sistema» è la proposta per ricollocare i lavoratori

17/09/2026 **Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)** Pagina 23 55
Ruba sei confezioni di crema nel magazzino: licenziato operaio

Economia, consumi e società

17/09/2026 **La Stampa** Pagina 4 *Giovanni Turi* 57
L'energia spinge i prezzi e Giorgetti lancia l'allarme "La situazione peggiora"

17/09/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 4 59
L'inflazione sale ancora Spese, bollette e risparmi Una stangata da 1.500 euro

17/09/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 19 61
L'agonia del commercio nelle città «Zone franche al sicuro dai turisti»

17/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 9 *Lorenzo Pace* 63
Accise, taglio a tappe da domani sconto sul diesel da 12,2 cent

Innovazione e mondo digitale

16/09/2026 **gdonews.it** 65
Meta Business Agent: WhatsApp entra nell'era degli AI Agent. Cosa cambia per il Retail

17/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 23 *Luca Tremolada* 68
Luca Rossi - Addio alle app: il futuro è dialogare con Personal AI

Segnalazioni

17/09/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Bologna)** Pagina 52 70
'America nuda e cruda' Il racconto di Giorgio Dell'Arti

ilsole24ore.com

Coop Alleanza 3.0

Fruit and vegetables: innovation in the field to tackle the climate crisis


ilsole24ore.com

Fruit and vegetables: innovation in the field to tackle the climate crisis

09/16/2026 09:13 Manuela Soressi

Research into new varieties focuses not only on flavour and resistance to pests, drought or heavy rain, but also on extending the periods during which they are available: this increases profitability for farms Translated by AI Key points 4' min read Translated by AI Can yellow watermelons, red kiwis, tiger melons or grapes that 'taste' of candy floss really be regarded as nothing more than curious but fleeting novelties? And can Italian strawberries on sale as early as January, or 'Made in Italy' blueberries available in April, still be called early-season produce? In reality, they are merely the first 'fruits' of the innovation that is profoundly changing the world of fruit and vegetables, starting with genetic improvement and varietal development, moving on to Agriculture 4.0 and precision technologies, and ultimately changing agronomic practices and revolutionising production and marketing calendars. And finally, this is also reshaping the range of produce that Italian consumers find on the market, weather permitting. A difficult summary for fruit and vegetables As happened this summer when the exceptional weather conditions , with extreme temperatures, hailstorms and water shortages, disrupted many production plans , resulting in total damage to agriculture estimated at between 2 and 3 billion (Coldiretti figure) . However, the weather favoured melons and watermelons, even though it brought forward their harvests by shortening the growing season, and complicated the availability of apricots and cherries. Peaches, nectarines and 'percoche' peaches, on the other hand, are indeed rounding off a very positive season, particularly in the North, but are suffering from supply exceeding market demand (resulting in a fall in wholesale prices at times of peak supply) . This year's situation is no exception. Production on a downward trend The difficulties caused by adverse weather conditions, combined with rising production costs and fiercer international competition, have had a significant impact on the...

Research into new varieties focuses not only on flavour and resistance to pests, drought or heavy rain, but also on extending the periods during which they are available: this increases profitability for farms Translated by AI Key points 4' min read Translated by AI Can yellow watermelons, red kiwis, tiger melons or grapes that 'taste' of candy floss really be regarded as nothing more than curious but fleeting novelties? And can Italian strawberries on sale as early as January, or 'Made in Italy' blueberries available in April, still be called early-season produce? In reality, they are merely the first 'fruits' of the innovation that is profoundly changing the world of fruit and vegetables, starting with genetic improvement and varietal development, moving on to Agriculture 4.0 and precision technologies, and ultimately changing agronomic practices and revolutionising production and marketing calendars. And finally, this is also reshaping the range of produce that Italian consumers find on the market, weather permitting. A difficult summer for fruit and vegetables As happened this summer when the exceptional weather conditions , with extreme temperatures, hailstorms and water shortages, disrupted many production plans , resulting in total damage to agriculture estimated at between 2 and 3 billion (Coldiretti figure) . However, the weather favoured melons and watermelons, even though it brought forward their harvests by shortening the growing season, and complicated the availability of apricots and cherries. Peaches, nectarines and 'percoche' peaches, on the other hand, are indeed rounding off a very positive season, particularly in the North, but are suffering from supply exceeding market demand (resulting in a fall in wholesale prices at times of peak supply) . This year's situation is no exception. Production on a downward trend The difficulties caused by adverse weather conditions, combined with rising production costs and fiercer international competition, have had a significant impact on the Italian fruit-growing sector. Data from Istat on 14 types of fruit for the period 2006-2025 show that, out of the 14 fruits, as many as 11 recorded a fall in production (particularly pears, peaches and nectarines, oranges and cherries), whilst only three showed an increase: clementines (+20.3 per cent), kiwis (+17.8 per cent) and apples (+13.2 per cent). Research extends the seasons "We find ourselves in a complex situation in which climate change, extreme weather events, new plant diseases and rising production costs are causing difficulties for the agricultural sector, and where research is called upon to maximise yields and reduce environmental impact," explains Milena Petriccione, director of CREA's Olive, Fruit and Citrus Cultivation Department (OFA). Growers are calling for plants that are more resistant to stress (including water stress), which produce fruit with good organoleptic characteristics and are able to maintain these qualities throughout the entire growing season. Products must be available

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

for longer periods so as to offer greater choice for more months of the year and encourage greater variety in Italian consumption. And companies' profitability needs to be improved, because extending their market presence allows production volumes to be spread over more months of the year, makes better use of facilities and the workforce, and ensures the continued availability of Italian products in the retail sector, positioning them as a viable alternative to imported goods. Innovation in fruit growing is therefore taking place across the board. Through genetic improvement and assisted evolution techniques (TEA) , more productive varieties will be developed, which are more disease-resistant and more resilient in the face of increasingly extreme weather, whilst the use of chemicals and water consumption are reduced . Precision technologies and Agriculture 4.0 are innovating and improving farming practices, whilst increasing mechanisation is making it possible to reduce the use of labour - for example, during the harvest - not only for cost reasons but also due to the difficulty in finding workers. It is not just how things are produced that is changing, but also what is produced. Whilst the development of exotic fruit grown in Italy (such as mangoes and avocados) is making the headlines, in reality the entire production landscape has changed - and not just because of climate change. The introduction of very early varieties , such as peaches that ripen in May, or very late ones , such as February clementines, has extended the availability of many products, which consumers can now find on sale even at less traditional times of year. Work on the shelf life of these new varieties has also contributed significantly to this outcome. It is not enough for the fruit to ripen earlier or later than usual; it must also withstand handling well and last longer after harvesting. This means they can remain fresh and attractive for longer and be stored for longer without any problems in cold stores and at points of sale, reducing the risk of waste throughout the entire supply chain. As fruit continues to 'live' even after harvesting, a great deal of work has gone into preservation techniques, ranging from the use of modified atmospheres to the introduction of edible coatings that limit the fruit's transpiration. And so high-quality apples are now available 12 months a year, whilst Apulian table grapes can be enjoyed right up until Christmas . For producers, this is not just an increase in supply but also the opportunity to tap into new market segments. 'Two years ago, our yellow kiwis were available until the first ten days of February; last year we made it to March, and now we're aiming for the first ten days of April,' explains Ernesto Fornari, managing director of Apofruit, a co-operative with over 2,700 producer members across Italia - "If we can store them whilst maintaining their quality, we can cover the market for longer and get closer to the start of the new harvest from the southern hemisphere." In addition to the requirements set by producers and distributors, there are the expectations (and sometimes the demands) of consumers , who want fruit that is sweeter, more fragrant and more colourful, as well as easier to eat - in other words, small, seedless and almost skinless. This explains the success of mini watermelons, seedless grapes, yellow kiwis, snack apples and red apricots. But also of fruit with 'guaranteed' ripeness, as demonstrated by Coop Alleanza 3.0 with its 'Colta Matura' range, where, thanks to forecasting

data and collaboration with producers, it is able to plan harvests more effectively, reducing waste and offering seasonal fruit harvested only when it is truly ready to be enjoyed.

La Nuova Ferrara

Area Emilia Romagna

Salmonella, ritirate 19mila uova

Codigoro Il batterio sui gusci di un lotto proveniente dalla società agricola Fiorin Interessate confezioni Selex, Coop e Despar con scadenza 27 settembre 2026


COMACCHIO ▸ CODIGORO

Salmonella, ritirate 19mila uova

Codigoro Il batterio sui gusci di un lotto proveniente dalla società agricola Fiorin Interessate confezioni Selex, Coop e Despar con scadenza 27 settembre 2026

Nasce la prima Rete della Piccola pesca
Le realtà della costa regionale ora unite

I soci saranno oltre quaranta e arrivano da Porto Garibaldi a Cattolica

Disegni e un libro anteprima della sagra

Oggi a San Giuseppe tessere e sacchi Clara

Codigoro Un lotto di 19mila uova è stato ritirato dal mercato per la presenza del batterio della salmonella sui gusci. Una vicenda che parte da Codigoro, perché il produttore è la società agricola Fiorin di Lionello & C SS. Il batterio è stato riscontrato attraverso i controlli di routine eseguiti dall'Ausl di Ferrara e le analisi hanno dato esito negativo sul contenuto dell'uovo (il tuorlo) e positivo esclusivamente sulla superficie del guscio. È stato lo stesso reparto Qualità dell'azienda ad attivarsi per comunicare il ritiro ai supermercati; il richiamo come da prassi è stato segnalato dal Ministero della Salute e pubblicato dalle rispettive catene di vendita. Sono state immediatamente attivate le procedure standard previste a tutela del consumatore.

«Si tratta di controlli periodici che vengono eseguiti dall'Ausl non solo sulle uova, ma anche su altri prodotti alimentari - spiega la sindaca di Codigoro, Sabina Alice Zanardi -. La normativa in materia è cambiata, e non spetta più ai sindaci firmare l'ordinanza per il richiamo di merci da ritirare dal mercato. Nello specifico, infatti, non ero stata avvisata di questa circostanza che comunque, ripeto, rientra in un'attività di routine. Se si fosse trattato di un problema grosso, con rischi sanitari importanti, ne avrei ricevuto senz'altro comunicazione».

Il numero del lotto ritirato è H 10813 con data di scadenza 27 settembre: a chi dovesse esserne eventualmente in possesso si consiglia naturalmente di non consumarlo in via precauzionale e di restituire le confezioni nel punto di vendita in cui sono state acquistate.

Le uova ritirate, intanto, sono state inviate all'Istituto Zooprofilattico della Lombardia e dell'Emilia Romagna di Brescia per essere analizzate allo scopo di individuare il tipo di salmonella presente sui gusci. In base all'esito, e quindi alle caratteristiche del batterio, le uova saranno distrutte oppure potranno essere recuperate attraverso la pastorizzazione senza rischi per la salute.

«L'episodio - ribadisce l'azienda - ha riguardato uno specifico lotto ed è stato individuato nell'ambito dei controlli previsti. Il richiamo è stato effettuato tempestivamente in via precauzionale e ha interessato esclusivamente i prodotti riconducibili al lotto segnalato. La positività riscontrata riguardava la superficie del guscio e non il contenuto dell'uovo. I controlli e le procedure di richiamo servono proprio a individuare e circoscrivere tempestivamente situazioni di questo tipo, a tutela del consumatore». A.M. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)

Area Emilia Romagna

Gara di sfoglini e sfogline della solidarietà Il ricavato a favore della Fondazione Ado

Il centro ospiterà due giornate dedicate a enogastronomia locale, laboratori per bambini, tour, corsi di sfoglia e l sfida al mattarello

Emily Mirelli


Spettacoli

Gara di sfoglini e sfogline della solidarietà
Il ricavato a favore della Fondazione Ado

'Guerre diffuse', il libro di Curioni sui cyber conflitti contemporanei

di Emily Mirelli Domani e sabato 19 settembre la centralissima Piazza del Municipio della nostra bella cittù farà da cornice alla settima edizione di 'Gara di Sfoglini e Sfogline della Solidarietà', manifestazione promossa dalla Fondazione Ado (Assistenza Domiciliare Oncologica) per raccogliere fondi destinati alle proprie attività di cura e supporto. Presentata ufficialmente ieri nella sede municipale della città, l'iniziativa intreccia la beneficenza con la promozione delle tradizioni culinarie locali e della cultura del territorio. «Un appuntamento importante e prezioso - ha sottolineato l'assessore Matteo Fornasini - che grazie ad Ado viene organizzato e si è consolidato per la nostra comunità e la nostra città. Presentiamo oggi la settima edizione di questa meravigliosa manifestazione che ha la capacità, come solo Ado riesce a fare, di abbinare la promozione enogastronomica del nostro territorio alla beneficenza e alla volontà di fare del bene agli altri. Ringrazio i tantissimi soggetti e associazioni che da anni sostengono e collaborano per la realizzazione di questo evento. Con questo evento siamo in grado, ancora una volta, di mettere in evidenza i nostri prodotti locali e le specialità enogastronomiche caratteristiche della nostra città, ma facciamo approfondimento anche culturale delle nostre tradizioni e della nostra cultura, promuovendo anche la città da un punto di vista turistico. Una manifestazione che quest'anno è cresciuta ancora di più, con l'inserimento di un percorso turistico guidato e con il coinvolgimento degli allievi della scuola alberghiera e di ristorazione Ial della nostra città». Il ricco fine settimana si aprirà domani alle 10 con il taglio del nastro e l'allestimento degli stand dedicati alle eccellenze enogastronomiche, affiancati dalla vendita della pasta fresca tirata al mattarello, come tradizione comanda, dall'Accademia della Sfoglia, tra cui i celebri cappellacci di zucca, conditi con ragù o burro e salvia. L'intera giornata di sabato 19 settembre rappresenterà il cuore dell'evento, proponendo corsi pratici di sfoglia per adulti, attività e laboratori educativi sulla spesa consapevole curati da Coop Alleanza 3.0 per i più piccoli, un tour guidato tra i monumenti storici ferraresi a cura di Naturalmente Arte e un convegno in Sala Estense dedicato all'evoluzione della gastronomia locale da Messisbugo a oggi. Il momento clou della manifestazione scatterà nel pomeriggio di sabato con la sfida al mattarello, aperta a esperti, appassionati amatoriali e squadre aziendali o familiari, giudicata da un parterre di esperti del settore, presentata dall'organizzatore di eventi, keynote speaker e conduttore Roberto Ferrari.

La seconda giornata si concluderà con uno show cooking e una degustazione collettiva realizzati con il contributo delle associazioni di categoria e degli studenti dello Ial. Info e prenotazioni al 0532 972400. Alla presentazione hanno partecipato anche Gisella Rossi, Rina Poletti dell'Accademia della

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)

Area Emilia Romagna

Sfoglia; Davide Bergonzini, direttore IAL di Ferrara; Eleonora Bottazzi Lunghini, presidente Club del Fornello Rivalta; Luca Piscitelli, delegato Aies Delta Po Ferrara; Gian Marco Duo, funzionario Confagricoltura; Elena Giordanella, consigliere Contrada Borgo San Luca; Marco Nonato, cultore e accademico della cucina; Marco Simoni, presidente Ambasciatori del Gusto Ferrarese; Paola Lazzari presidente dell'Associazione sfogline di Bologna; Roberto Ferrari; Giulio Bianconcini, docente IAL; Nicola Ferrari APCI Ferrara; Marco Bovinelli e Serena Polini del team Ambasciatori del Gusto.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Cronaca Comune

Area Emilia Romagna

7ª Gara di Sfoglini e Sfogline della Solidarietà a favore della Fondazione ADO


Cronaca Comune

7ª Gara di Sfoglini e Sfogline della Solidarietà a favore della Fondazione ADO

09/16/2026 13:26

Venerdì 18 e sabato 19 settembre 2026 il centro storico di Ferrara ospiterà due giornate dedicate a enogastronomia locale, laboratori per bambini, tour per il centro storico, corsi di sfoglia e la tradizionale sfida al mattarello. L'appuntamento, in programma in piazza del Municipio di Ferrara, è con la 7ª "Gara di Sfoglini e Sfogline della Solidarietà" organizzata dalla Fondazione ADO (Assistenza domiciliare per pazienti oncologici) per raccogliere fondi a sostegno delle proprie attività assistenziali. L'iniziativa è stata presentata mercoledì 16 settembre 2026 nella sala dell'Arengo della residenza municipale come occasione che coniuga solidarietà e valorizzazione di eccellenze gastronomiche e prodotti locali. All'incontro con i giornalisti sono intervenuti l'assessore comunale a Promozione del territorio, Turismo e Agricoltura Matteo Fornasini ; la presidente Fondazione ADO ets Gisella Rossi ; Rina Poletti, fondatrice dell'Accademia della Sfoglia; Davide Bergonzini, direttore IAL Sede di Ferrara; Eleonora Bottazzi Lunghini, presidente delegazione di Ferrara - Club del Fornello Rivalta; Luca Piscitelli, delegato AIES Delta Po Ferrara e portavoce per le Associazioni APCI, AMIRA, AIBES e AIES; Gian Marco Duo, funzionario Confagricoltura; Elena Giordanella, consigliere ed economo della Contrada Borgo San Luca; Marco Nonato, cultore e accademico della cucina; Marco Simoni, presidente Ambasciatori del Gusto Ferrarese; Paola Lazzari presidente dell'Associazione sfogline di Bologna; Roberto Ferrari, organizzatore di eventi, keynote speaker e conduttore. Presenti anche Giulio Bianconcini, docente IAL Sede di Ferrara con gli allievi delle classi 3/A e 3/B; Nicola Ferrari presidente APCI Ferrara; Marco Bovinelli e Serena Polini del team Ambasciatori del Gusto Ferrarese. "Un appuntamento importante e prezioso - ha sottolineato l' assessore Fornasini - che grazie ad ADO viene organizzato e si è consolidato per la nostra comunità e la nostra città. Presentiamo oggi la settima edizione di questa bella manifestazione che ha la capacità, come solo ADO può fare, di abbinare la promozione enogastronomica del nostro territorio alla beneficenza e alla volontà di fare del bene agli altri. Ringrazio i tantissimi soggetti e associazioni che da anni sostengono e collaborano per la realizzazione di questo evento. Mettiamo ancora una volta in evidenza i nostri prodotti locali e le specialità enogastronomiche, facciamo approfondimento anche culturale delle nostre tradizioni e della nostra cultura e abbiamo anche la capacità di promuovere la città da un punto di vista turistico. Una manifestazione che quest'anno è cresciuta ancora di più, con l'inserimento di un percorso turistico guidato e con il coinvolgimento degli allievi della scuola alberghiera e di ristorazione IAL di Ferrara". Cartolina d'autore, quella appositamente realizzata per l'evento dall'illustratore ferrarese Claudio Gualandi, che aveva già firmato l'immagine artistica del 2025. Iscrizioni ancora aperte per tutti quelli che vogliono partecipare alla gara nella giornata di sabato 19 settembre. Taglio

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

del nastro in programma venerdì 18 settembre alle 10:00. Per info e prenotazioni: email ufficio.iniziative@adohtf.it, tel. 0532 972400. LA SCHEDA a cura della Fondazione ADO - Ferrara celebra l'arte della pasta fresca: in piazza Municipio arriva la 7ª Gara di Sfoglini e Sfogline della Solidarietà organizzata dalla Fondazione ADO per raccogliere fondi a sostegno delle proprie attività assistenziali. Per noi di Fondazione ADO la sfoglia supera il semplice concetto di tradizione gastronomica: la figura della sfoglina incarna da sempre valori autentici come la memoria, famiglia, manualità e condivisione. È un patrimonio culturale che si tramanda di generazione in generazione, raccontando l'anima più vera della nostra terra. È da questa consapevolezza che nasce la scelta di unire l'arte del mattarello alla solidarietà: un modo unico per coniugare la convivialità, la valorizzazione delle eccellenze ferraresi e il costante impegno nel prendersi cura del prossimo, proprio come fanno ogni giorno il personale della Fondazione e i volontari. Il programma completo prevede: Venerdì 18 settembre 2026 dalle 9:00 alle 18:00 l'esposizione degli stand delle eccellenze locali e la produzione di pasta fresca, rigorosamente tirata a mattarello a cura dell'Accademia della Sfoglia, acquistabile direttamente in piazza. È consigliata la prenotazione dei cappellacci, con offerta minima di 30,00 euro al kg, così da permettere una migliore organizzazione della produzione. Tra gli espositori avremo gli Ambasciatori del Gusto Ferrarese e diversi associati che perseguono la valorizzazione del gusto e delle arti. Sabato 19 settembre 2026 entreremo nel clou dell'evento. Dalle ore 10:00 l'apertura degli stand delle eccellenze locali. Sarà presente Confagricoltura Ferrara che offrirà i suoi prodotti per il percorso degustazione e coinvolgerà il pubblico con un piccolo gioco a sorpresa. Dalle 10:00 alle 12:30 circa l'Accademia della Sfoglia terrà una lezione patica e coinvolgente sull'arte della sfoglia tirata al mattarello . Ogni partecipante, con offerta minima di 30 euro riceverà il kit con il materiale da lavoro (grembiule, farina, uova, tagliere, mattarello). Dalle 10:00 alle 18:00, in turni da 45-60 minuti, i nostri volontari intratterranno i più piccoli nel laboratorio dei piccoli sfoglini . Con un offerta minima di 15 euro ogni bambino riceverà il proprio kit e potrà portare a casa la pasta fresca realizzata e l'attestato di partecipazione. Sempre per i più piccoli, ci saranno due laboratori gratuiti a cura di Coop Alleanza 3.0. La prima missione, intitolata "Cosa metto nel carrello?", sarà dalle ore 10:00 alle 11:30 e insegnerà l'importanza della scelta dei prodotti per una spesa consapevole e il valore della riduzione degli sprechi alimentari; la seconda missione, chiamata "Dalla terra al mattarello", sarà dalle ore 15:30 alle 17:00 e insegnerà il valore delle materie prime, per la salute dell'uomo e il benessere dell'ambiente, attraverso la storia degli ingredienti base della tradizione della sfoglia. Tra le novità di quest'anno avremo il tour guidato per la Ferrara storica e una conferenza sulla cultura culinaria ferrarese. Dalle 10:30 inizierà la visita guidata per il centro storico, in collaborazione con Naturalmente Arte, con un'offerta minima di 12 euro. Visiteremo: Piazza Municipale, il Ghetto Ebraico, Palazzo Ducale, la Cattedrale di San Giorgio, il Castello Estense, Corso Ercole I d'Este e l'Addizione Erculea. Il ritrovo sarà in Piazza Municipale mezz'ora prima dell'inizio del tour. Dalle 11:00 in Sala Estense ci svolgerà la conferenza "Eccellenze

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

gastronomiche ferraresi - da Messisbugo ai giorni nostri ", tenuta dal dottor Marco Nonato - medico chirurgo odontoiatra, ricercatore e professore di odontoiatria presso l'Università di Ferrara e Ancona, nonché accademico delle scienze e cultore della storia e delle tradizioni gastronomiche di Ferrara - in collaborazione con lo chef stellato Mauro Gualandi e di Luca Pilati, presidente di Rotary Gourmet. L'accesso è libero e gratuito per tutti. Alle 15:30 inizierà la tanto attesa 7ª Gara di Sfoglini e Sfogline della Solidarietà. Una sfida aperta a tutti, dai principianti ai professionisti, per valorizzare la tradizione della sfoglia e tramandarla alle nuove generazioni. Saranno tre le categorie in gara: gli esperti (che lavoreranno con un impasto a 6 uova), gli amatori (con impasto a 3 uova) e i team building, composti da amici, famigliari o colleghi fino ad un massimo di 7 persone. Con un'offerta minima di 20 euro per la categoria di esperti e amatori, e di 10 euro a partecipante per i team building, i partecipanti riceveranno il kit con tutto il necessario per la sfida. Tra gli ospiti e giudici d'onore saranno presenti: Matteo Fornasini, assessore comunale con delega al Turismo e alla Promozione del Territorio e dell'Agricoltura, l'Accademia della Sfoglia, l'Associazione delle Mariette di Forlimpopoli, l'Associazione Sfogline di Bologna e Provincia, la Scuola APS, la Pro Loco di Massa Lombarda, e Sergio Ferrarini, vicepresidente di APCI per il Centro Italia. Presentatore dell'evento sarà anche quest'anno Roberto Ferrari. Dalle 18:00 ci sarà lo show cooking e degustazione a cura di IAL, AIBES, AIES, AMIRA, APCI e Club del Fornello - Delegazione di Ferrara. Con un'offerta minima di 18 euro potrete gustare: calice di vino o cocktail, un antipasto misto, le tagliatelle preparate durante la giornata con il ragù ferrarese, dolce e macedonia di frutta offerta da Confagricoltura Ferrara. "Confagricoltura Ferrara è felice di rinnovare la propria partecipazione - ha dichiarato Gianmarco Duo, funzionario di Confagricoltura Ferrara - per un'iniziativa che riesce a unire solidarietà, tradizione e valorizzazione delle eccellenze del nostro territorio. La Gara di sfoglini e sfogline rappresenta un'occasione importante per sostenere la preziosa attività della Fondazione ADO e, allo stesso tempo, per raccontare quel legame profondo che esiste tra agricoltura, prodotti locali e cultura gastronomica ferrarese. Dopo la bella esperienza dello scorso anno, saremo quindi nuovamente presenti con convinzione, anche grazie al coinvolgimento di alcune nostre aziende associate: Azienda Malaguti Irene, che fornirà il miele; Azienda Agricola Doni Ada, con le pere; Corte Madonnina, con il vino; e Azienda Agricola Ferrini Marcello, con una varietà di prodotti destinati alla cesta premio. Vogliamo così contribuire a una manifestazione capace di mettere insieme identità territoriale, valorizzazione delle nostre eccellenze e attenzione verso gli altri". Immagini scaricabili:.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Controllate e partecipate

Intesa-Mps, il primo sì via libera della vigilanza su quote Generali e Axa

L'Ivass autorizza l'acquisizione indiretta Entro la fine di novembre arriverà anche l'esito dell'esame dell'Antitrust

ANDREA GRECO



Intesa Sanpaolo incassa dall'Ivass la prima delle autorizzazioni necessarie all'offerta di acquisto e scambio da 30,6 miliardi su Mps.

La vigilanza assicurativa, che supervisiona i profili di stabilità delle compagnie, ha dato «l'autorizzazione preventiva all'acquisizione delle partecipazioni qualificate indirette in Generali, Axa Mps Assicurazioni Vita e Axa Mps Assicurazioni Danni», informa una nota. Un via libera a perimetro pieno e senza vincoli, che riguarda il 13,3% di Generali in capo a Mediobanca-Mps (da aggiungere al 3% del Leone che Intesa detiene in derivati), e le due compartecipate al 50% nella bancassicurazione vita e danni tra Siena e la francese Axa. Sono, queste, gli snodi operativi di un'intesa decennale che scade nel 2027 e con ogni probabilità non sarà estesa: anche perché sostituire Axa nella fornitura di polizze da vendere alle filiali Mps fa gola sia a Intesa che alla rivale Generali.

Del resto, un cardine delle contromosse con cui Mps prova a resistere all'Opas di Intesa è proprio l'ipotesi di formare un'asse con Generali nella bancassicurazione, ottenendo dal Leone il 50,1% di Banca Generali per costruire il "terzo polo" con Banco Bpm. Martedì l'ad di Axa, Thomas Buberl, ha detto: «L'accordo con Mps scade in ottobre 2027, non sappiamo che soluzione sarà adottata.

Siamo pronti a tutte le eventualità».

Tornando all'Opas di Intesa, il semaforo verde dell'Ivass, giunto in anticipo rispetto alle stime iniziali, è ritenuto un buon viatico anche per l'autorizzazione Antitrust, più delicata vista la netta leadership del gruppo nella finanza italiana. Il Garante, lunedì, ha avviato la fase due, che prevede un'analisi più approfondita degli effetti concorrenziali dell'acquisizione di Mps, di Mediobanca e del 13,3% in Generali.

Nel provvedimento del Garante si legge che l'acquisizione «può ostacolare in modo significativo la concorrenza effettiva in diversi e numerosi mercati bancari e assicurativi, su base locale e nazionale». Gli ambiti più critici sono il risparmio gestito e le polizze, dato che Intesa e Generali ne sono i campioni nazionali.

Ma il Garante, nel provvedimento, ha escluso che, se pure Intesa rilevasse la quota del Leone da Mps, «possa esercitare un controllo di fatto su Generali, non potendo nominare in autonomia la maggioranza del suo cda».

Quanto alle eccedenze di filiali bancarie oltre le soglie di legge, Intesa ha già proposto, come rimedio preventivo, di cedere 635 agenzie Mps, e lo storico marchio, a Unipol, che nel 2027 girerebbe

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

alla controllata Bper il ramo d'azienda che vale circa metà della rete Mps. Di queste 625 filiali, il provvedimento informa che 445 sono «già identificate» dall'offerente (forse perché le quote di mercato in loco con Mps superano i tetti massimi), altre 190 filiali sono «preliminarmente individuate». Su queste il Garante farà la sua disamina in base ai volumi effettivi di raccolta e di credito, che emergeranno dal confronto tra le parti in istruttoria. La lettura del provvedimento, però fa ipotizzare i tecnici che alla fine le agenzie Mps che l'Antitrust chiederà a Intesa di cedere perché eccedenti divergeranno solo di poche unità le 635 stimate da Intesa.

L'istruttoria dura fino a 60 giorni, con fino a 30 giorni in più per il parere Ivass. Le parti coinvolte - ci sono anche Mps e Generali, già latrici di memorie a luglio - i prossimi giorni chiederanno l'audizione. Fonti vicine a Intesa Sanpaolo si attendono che l'Antitrust emetta il suo parere entro il 30 novembre. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa (ed. Torino)

Controllate e partecipate

la storia

Il caro benzina fa riscoprire il mare della Liguria

RICCARDO LEVI


Il caro benzina fa riscoprire il mare della Liguria

riccardo levi Il mare resta quello di sempre, ma quest'anno a fare la differenza sono stati soprattutto i chilometri. Nell'estate del caro carburante i torinesi hanno ridisegnato la geografia delle vacanze, premiando le mete più vicine. E la Liguria si conferma ancora una volta il naturale sbocco al mare della città: nel 2026 è stata scelta quasi da un torinese su tre (32,2%).

È quanto emerge dall'analisi di UnipolTech, società del Gruppo Unipol specializzata nelle tecnologie per la mobilità, che gestisce oltre 3,7 milioni di dispositivi telematici. Un quadro che segna un bel balzo indietro rispetto alla scorsa, quando, secondo l'analisi di Fiavet Piemonte, i piemontesi avevano privilegiato soprattutto il Sud Italia e le isole.

Secondo l'analisi di UnipolTech, la Liguria ha staccato di gran lunga tutte le altre destinazioni. Seguono Lombardia (9,5%), Emilia-Romagna (8,1%) e Toscana (7,5%). Più indietro le mete che richiedono viaggi lunghi e costosi: Puglia (6,2%), Sardegna (5,8%), Calabria (4,7%), Sicilia (3,2%) e Campania (2,5%).

Anche sul fronte della montagna prevalgono le destinazioni più vicine. La Valle d'Aosta è stata scelta dal 5,9% dei torinesi, mentre il Trentino-Alto Adige si ferma al 2%. Un dato che lascia pensare che una parte consistente di chi ha cercato il fresco possa aver preferito le vallate piemontesi, evitando così trasferte più lunghe. Il 2026 è stato anche l'anno delle "microvacanze". Secondo l'indagine Confturismo-Confcommercio realizzata con Swg, il 58% degli italiani ha distribuito le ferie in più periodi e il 69% ha previsto almeno un soggiorno breve. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Imola)

Controllate e partecipate

«La nostra Bologna, dolce e rivoluzionaria»

Il giornalista Marco Guidi racconta la città-laboratorio di idee tra gli anni Cinquanta e Sessanta. Oggi la presentazione all'Ambasciatori


24

Spettacoli

«La nostra Bologna, dolce e rivoluzionaria»

Fotografie e dipinti: la mappa delle mostre

di Filippo Biondi C'è stato un periodo, tra la fine degli anni Cinquanta e i Sessanta, in cui Bologna era molto più di una semplice città: era un laboratorio di idee e una palestra di vita capace di far sentire ogni giovane parte di una storia collettiva. Un luogo attraversato da profonde contraddizioni e straordinariamente vivo, dove impegno politico, cultura e innovazione si intrecciavano senza sosta. A restituire il respiro di quella stagione irripetibile è Marco Guidi nel volume Era dolce, era giovane, era Bologna, pubblicato da Edizioni Minerva.

L'autore ne parlerà questo pomeriggio alle Librerie Coop Ambasciatori assieme a Mauro Bassini e Davide Vicari.

Guidi, da dove nasce l'idea di raccontare la vita sotto le Due Torri?

«Da alcuni confronti con colleghi e amici. La mia generazione, cresciuta nell'immediato dopoguerra, ha goduto di una condizione privilegiata: studiavamo con la certezza di un futuro lavorativo e vedevamo la società progredire. Bologna era una città aperta e accogliente. Frequentare persone come Bonvi, Lucio Dalla e Francesco Guccini era del tutto normale. C'era chi scriveva poesie e chi recitava a teatro. La domenica si andava in curva San Luca e la sera si rimaneva fuori a parlare fino alle tre di notte».

Perché l'ha definita proprio 'dolce' e 'giovane'?

«Dolce per il clima di inclusione e vivacità che si respirava: ci si confrontava su ogni tema, anche politico. Persino il nostro Sessantotto non fu un trauma rivoluzionario, ma l'emergere di una piccola e media borghesia desiderosa di farsi largo. Giovane perché l'età media oscillava tra i 16 e i 24 anni. Eravamo una comunità che spalancava le porte a chiunque».

È stato complesso rievocare ricordi così intimi?

«Niente affatto, ho una buonissima memoria (ride, ndr). Sono esperienze che rimangono dentro. Rientrare dai miei lunghi viaggi da inviato di guerra era come tornare nella culla di casa».

Oggi le Due Torri hanno perso la loro funzione di bussola culturale e sociale?

«In buona parte sì. La lentezza dei cantieri, da quelli del tram al restauro della Garisenda, ne è un esempio. Ma è mutata soprattutto la società: c'è meno solidarietà, persino tra noi giornalisti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Imola)

Controllate e partecipate

La città appare frammentata, chiusa e insicura. E poi, con buona pace di Lepore, non ci sono più i grandi sindaci di una volta, come erano Dozza, Fanti e Zangheri. Ma nonostante abbia conosciuto momenti di decadimento, Bologna ha una straordinaria capacità di rinascita». Quali priorità vede per il futuro? «Innanzitutto, serve rilanciare la sanità, storicamente un nostro fiore all'occhiello, e arginare il disagio giovanile nei quartieri più poveri. La chiusura di molti negozi è un altro segnale triste. Confido, però, che i nuovi trasporti snelliscano il traffico». Infine, che legame aveva con Guccini? «Il Maestrone era un grande giocatore di carte e un formidabile narratore di storie. Voleva fare lo scrittore. Diventammo subito inseparabili. Mi ha portato l'America in casa: le prime canzoni di Bob Dylan me le ha fatte ascoltare lui. Era un montanaro di Pavana aperto al mondo, un amico sempre presente. La via Emilia era il suo West». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Gazzetta di Modena

Controllate e partecipate

Barbieri racconta la sua verità «La mia libertà dopo il successo»

Tappa modenese ieri per lo chef per presentare la sua autobiografia


Barbieri racconta la sua verità
«La mia libertà dopo il successo»
Tappa modenese ieri per lo chef per presentare la sua autobiografia

In America può uscire in ciabatte e «nessuno si gira a guardarlo». In Emilia, invece, «gli basta mettere il naso fuori casa perché il giorno dopo quella passeggiata possa finire sui giornali».

Bruno Barbieri racconta quasi scherzando una delle piccole libertà che si è concesso negli ultimi anni: andare al supermercato con le pantofole. E, al di là del simpatico aneddoto, ci tiene a sottolineare la parola «libertà» più volte nel corso dell'intervista, perché è da lì che parte la stesura di "Controluce. Ombre e segreti di una vita", il nuovo libro pubblicato da Cairo e presentato ieri alla Libreria Coop di Piazza Grande. Non dallo chef delle sette stelle Michelin, non dal giudice di MasterChef, non dalla televisione.

Ma dall'uomo che ora sente il bisogno di raccontare quello che il successo non ha mostrato. «A sessant'anni si possono anche dire certe cose», chiosa. E allora ha deciso addirittura di metterle per iscritto. **Barbieri, perché proprio adesso?**

«Perché oggi sento di poter raccontare alcune cose con una consapevolezza diversa».

Nel libro il primo scoglio di cui parla è quello del rapporto con suo padre «È stata una storia importante e difficile. Mio padre era un uomo della campagna, e aveva una mentalità molto legata al suo tempo. Ricordo che non voleva farmi fare l'alberghiero perché "era una scuola da femminucce", a detta sua. Voleva facessi l'ingegnere. Ci siamo conosciuti davvero tardi, e anche per questo l'ho chiamato "papà" soltanto a 55 anni. Però, prima che morisse, sono riuscito a dirgli che gli volevo bene.

E questo per me è stato importante».

La cucina l'ha aiutata a vivere quei momenti in modo più leggero?

«Sì, perché ho trovato nel lavoro di cuoco una possibilità di fuggire, di costruirmi la mia strada».

Si può dire che lei sia un osso duro?

«Non viene mai regalato nulla nella vita, soprattutto in questo settore. In pochi sanno cosa significa stare diciassette ore in cucina al giorno.

O che cosa c'è dietro un albergo, dietro un ristorante importante, dietro un piatto».

In tutto questo come è arrivata la televisione?

«Ho iniziato facendo programmi di nicchia. Poi mi chiamarono per un programma che sembrava importante. Feci i casting, sembrava tutto pronto e poi, un sabato, mi dissero che il programma non si sarebbe

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

più fatto. Anche se fu una bella batosta, qualche tempo dopo mi richiamarono. Mi sembrava un semplice incontro con dei produttori ma, senza dirmelo, mi stavano facendo un provino per quello che sarebbe stato poi MasterChef. Ricordo che portavano dei piatti osceni e osservavano le mie reazioni dopo averli mangiati. Alla fine mi presero come giudice».

Viene in un qualche modo pilotato quello che dice durante il programma?

«Alcune frasi sono quelle che vanno dette in tutte le edizioni. Ma il resto è mio. "Mappazzone", per esempio, è una parola del mio vocabolario che ho fatto diventare famosa. Adesso è arrivata anche in politica: la usa Renzi!».

Come si reagisce a tutto questo successo?

«Con la solitudine. Quando ho iniziato, dietro di me avevo tanti squali del settore. Col tempo ho imparato a selezionare molto le persone con cui condivido la mia vita».

Per questo passa parte dell'anno negli Stati Uniti?

«Sì. Lì posso uscire in ciabatte e nessuno mi conosce. Qui il giorno dopo finisco sui giornali».

E Modena, invece, che posto occupa nella sua storia?

«Io sono anche un po' modenese, perché mio padre ha origini di Carpi. Qui ho tanti amici, come il mio stilista Gabriele Pasini, oppure il collega Massimo Bottura, da cui adoro andare a mangiare. Anche se a me piacciono tanto pure le trattorie rozze. E poi c'è un locale che adoro qui a Modena dove fanno i panini col cotechino dentro (Schiavoni, ndr). Vorrei portare questa ricetta in America: impazzirebbero».

E ai ragazzi che vogliono diventare chef, che cosa vuole dire?

«Di non pensare che sia tutto facile. Vorrei soltanto che leggendo questo libro qualcuno capisse che si può cadere e ci si può rialzare. Io l'ho sempre fatto».

.

Reggionline

Controllate e partecipate

Lo chef Bruno Barbieri presenta il suo nuovo libro a Reggio Emilia

REGGIO EMILIA - Giovedì 17 settembre alle 18, alla Librerie.coop All'Arco di via Emilia Santo Stefano 3/d, lo chef e conduttore televisivo Bruno Barbieri presenterà il suo nuovo libro "Controluce. Ombre e segreti di una vita" (ed. Cairo) . A dialogare con lo chef sarà Susanna Ferrari, giornalista di Telereggio Nel volume Barbieri ripercorre la propria vita, dalle origini familiari alla carriera nelle cucine più prestigiose, fino alle stelle Michelin e alla popolarità televisiva come giudice di MasterChef Italia e conduttore di 4 Hotel . Un racconto personale che affronta anche paure, rinunce, errori, delusioni e il prezzo del successo. Controluce vuole mostrare l'uomo oltre il personaggio, attraverso riflessioni su lavoro, famiglia, amicizia, viaggi e incontri che hanno segnato il suo percorso. L'appuntamento è aperto al pubblico. Telereggio Reggio Emilia libro Susanna Ferrari Librerie Coop bruno barbieri librerire.coop All'Arco.



Reggionline

Lo chef Bruno Barbieri presenta il suo nuovo libro a Reggio Emilia

09/16/2026 11:47

REGGIO EMILIA – Giovedì 17 settembre alle 18, alla Librerie.coop All'Arco di via Emilia Santo Stefano 3/d, lo chef e conduttore televisivo Bruno Barbieri presenterà il suo nuovo libro "Controluce. Ombre e segreti di una vita" (ed. Cairo) . A dialogare con lo chef sarà Susanna Ferrari, giornalista di Telereggio Nel volume Barbieri ripercorre la propria vita, dalle origini familiari alla carriera nelle cucine più prestigiose, fino alle stelle Michelin e alla popolarità televisiva come giudice di MasterChef Italia e conduttore di 4 Hotel . Un racconto personale che affronta anche paure, rinunce, errori, delusioni e il prezzo del successo. Controluce vuole mostrare l'uomo oltre il personaggio, attraverso riflessioni su lavoro, famiglia, amicizia, viaggi e incontri che hanno segnato il suo percorso. L'appuntamento è aperto al pubblico. Telereggio Reggio Emilia libro Susanna Ferrari Librerie Coop bruno barbieri librerire.coop All'Arco.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Avvenire

Coop e Cooperazione

Dadda confermato nel direttivo dell'Ica

COOPERAZIONE Attilio Dadda, presidente di Legacoop Lombardia e vice presidente vicario di Legacoop, è stato rieletto nel Board globale dell'International Cooperative Alliance (Ica), risultando il 4° candidato più votato a livello mondiale con 494 voti, il 1° in Europa. La conferma per il secondo mandato di Dadda nella governance dell'Ica è arrivata a Panama, nel corso dell'Assemblea generale dell'organizzazione che rappresenta il movimento cooperativo a livello internazionale, che proseguirà fino a venerdì 18 settembre.


Spiraglio per l'ex Ilva ma il governo prepara la cassa in deroga

La lunga crisi industriale sarda: riconversioni e strategie al palo

Quotidiano del Sud (ed. Basilicata)

Coop e Cooperazione

SAVOIA DI LUCANIA

Arriva il primo festival delle cooperative di comunità lucane


12 POTENZA E PROVINCIA

DISABILITÀ

Non solo lo stop alle barriere
Verso l'accessibilità universale

Intesa firmata dal sindaco Un punto di partenza per la Valle dell'Agri

AISLA

Luci verdi e bottiglie di Barbera Docg per la Giornata nazionale della Sla

SAVOIA DI LUCANIA

Arriva il primo festival delle cooperative di comunità lucane

SAVOIA - "Spazi di comunità" è il primo festival delle cooperative di comunità lucane: si terrà a Savoia di Lucania domani e il 19 settembre prossimi. L'iniziativa, organizzata da Legacoop Basilicata e Spazio Comunità, con il Comune di Savoia di Lucania e la cooperativa Netural coop, «sarà un momento pubblico di confronto, racconto e costruzione di reti - si legge nella nota - per valorizzare le esperienze di cooperazione di comunità che stanno prendendo forma in Basilicata. L'occasione per riflettere sul ruolo dell'econo mia sociale nella tenuta e nel rilancio delle aree interne, nel contrasto allo spopolamento, nella costruzione di nuove economie dei luoghi, e per promuovere la cooperazione come agente rivitalizzante del lavoro e rigenerante dei contesti periferici e marginali».

Diversi gli spazi tematici: esperienze, conoscenza, economia reale e policy.

Cooperative, istituzioni, terzo settore, fondazioni, credito, centri studi ed esperti si confronteranno su pratiche, strumenti e prospettive per rafforzare le comunità locali. Dice il presidente di Legacoop Innocenzo Guidotti: «Il festival Spazi di comunità non intende essere un evento celebrativo - commenta - ma un laboratorio, un luogo in cui raccontare ciò che nei territori sta nascendo e, al tempo stesso, costruire alleanze utili a consolidare una rete regionale delle cooperative e delle esperienze di comunità».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Macerata)

Coop e Cooperazione

All'Abbadia di Fiastra

Coopevolution: Acquaroli e Alleruzzo si confrontano su cooperazione e IA


Provincia

Coopevolution: Acquaroli e Alleruzzo si confrontano su cooperazione e IA

Vuotano la soffitta e buttano tutto tra i campi

Coopevolution all'Abbadia di Fiastra, domani alle 10, con «Innovazione e intelligenza artificiale». Promosso da Legacoop Marche e CulturMedia, con Fondazione Pico, l'incontro è un «laboratorio sul ruolo della cooperazione nella costruzione di un'intelligenza artificiale al servizio delle comunità, del lavoro e dello sviluppo». Ci saranno il presidente di Legacoop Marche Gianfranco Alleruzzo e il governatore Francesco Acquaroli con Giovanna Barni, presidente di CulturMedia.

Il Resto del Carlino (ed. Cesena)

Coop e Cooperazione

L'allarme di Apofruit

«Crisi dei campi, danni alle colture e costi aumentati»


Luce e gas alle stelle
Oltre 3mila euro per ogni famiglia
«Crisi dei campi, danni alle colture e costi aumentati»

Un Paese «ripiegato su se stesso e incapace di crescere»: è questa l'immagine che emerge dal Rapporto Coop 2026. La crescita resta un miraggio: l'ufficio studi di Coop conferma la stasi del Pil, fermo nei dintorni dello zero virgola. I rincari energetici rappresentano un macigno per tutte le componenti produttive, in particolare per la filiera ortofrutticola, colonna dell'economia romagnola.

«L'estate ha segnato un nuovo salto di qualità negli effetti del cambiamento climatico - spiega il presidente di Apofruit Italia, Mirco Zanotti -. Gli eccessi di calore hanno ridotto quantità e qualità delle produzioni, mentre la riorganizzazione degli orari di raccolta ha complicato la fase finale della logistica. I nostri soci, in particolare in Veneto ed Emilia-Romagna, hanno subito eventi estremi con danni mai visti prima a strutture e impianti. In generale, tutte le colture sono in anticipo. L'impegno di Apofruit per garantire frutta e verdura sane e di qualità resta forte, ma l'aumento dei costi e i danni alle produzioni rappresentano una minaccia crescente per il reddito agricolo».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nuova Ferrara

Coop e Cooperazione

Nasce la prima Rete della Piccola pesca Le realtà della costa regionale ora unite

I soci saranno oltre quaranta e arrivano da Porto Garibaldi a Cattolica


Salmonella, ritirate 19mila uova

Nasce la prima Rete della Piccola pesca
Le realtà della costa regionale ora unite
I soci saranno oltre quaranta e arrivano da Porto Garibaldi a Cattolica

Porto Garibaldi È nata ufficialmente in questi giorni la Rete della Piccola pesca costiera dell'Emilia-Romagna, una nuova realtà che per la prima volta mette insieme e dà una rappresentanza unitaria alle imprese e ai pescatori che praticano la piccola pesca lungo tutta la costa regionale, da Porto Garibaldi a Cattolica.

La costituzione della rete è stata formalizzata a Rimini, nella sede della Cooperativa Lavoratori del Mare, con la firma dell'atto da parte di 32 soci (25 anni il più giovane). Presenti, fra gli invitati, i rappresentanti di Legacoop Romagna ed Emilia-Romagna, i direttori delle cooperative Casa del Pescatore di Cattolica, Lavoratori del mare di Rimini e Casa del Pescatore di Cesenatico, e l'assessore alla Blue economy del Comune di Rimini, Anna Montini.

Il numero degli associati alla rete è già destinato a crescere: sono infatti in arrivo ulteriori richieste di adesione che porteranno a riunire oltre 40 pescatori e a rappresentare circa 50 imbarcazioni lungo la costa emiliano-romagnola.

La piccola pesca costiera rappresenta una delle espressioni più tradizionali della marineria dell'Adriatico. È un'attività artigianale esercitata generalmente entro le 12 miglia dalla costa, attraverso l'utilizzo di attrezzi fissi e selettivi, non trainati, come nasse, cestini, bertovelli e reti da posta. Si tratta di un mestiere a basso impatto ambientale, strettamente legato alle caratteristiche dei fondali e delle risorse locali, ma anche a un patrimonio di conoscenze, tradizioni e competenze tramandate nel tempo.

Una componente importante dell'economia delle marinerie emiliano-romagnole.

La nascita della Rete risponde innanzitutto all'esigenza di unire le forze delle imprese che praticano questa attività, superando la frammentazione e costruendo uno spazio comune di confronto e rappresentanza. L'obiettivo è dare maggiore voce a un mestiere che presenta caratteristiche e problematiche specifiche, mettendo in comune esperienze, esigenze e proposte. La Rete punta inoltre a condividere servizi, informazioni e strumenti utili ai pescatori, favorendo la collaborazione tra le diverse realtà della costa e una maggiore capacità di affrontare insieme le sfide del settore. «È un momento storico: è la prima volta che in Emilia-Romagna viene costituita una rete con la finalità di dare voce a un settore finora frammentato - spiega il promotore e presidente Davide Vasini, 36 anni -. La Rete si propone come un punto di riferimento per la piccola pesca costiera, con l'ambizione di rafforzare il ruolo dei pescatori nei confronti di istituzioni e altri soggetti della filiera, valorizzando al tempo stesso le peculiarità di un'attività artigianale profondamente radicata nelle marinerie dell'Emilia-Romagna». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Secolo XIX (ed. La Spezia)

Coop e Cooperazione

L'hospitality diventa museo per i 120 anni della società

Saranno esposti al Picco coppe, maglie, fotografie e cimeli

FRANCESCO BUSONI


Messaggio alle rivali
Chi vuole andare in B deve fare i conti con l'armata di Turati

L'hospitality diventa museo per i 120 anni della società

Squadra avvolgente e cinica Si chiude, riparte e fa male

Francesco Busoni Centoventi anni di storia racchiusi in coppe, maglie, fotografie e cimeli. In vista del 10 ottobre, giorno del 120° anniversario, lo Spezia trasforma la sala Hospitality del Picco in un piccolo museo che ricorderà i successi aquilotti. Al centro dell'esposizione la replica della coppa dello storico Scudetto del 1944 ma anche i sei trofei di Serie C e quello della promozione in A del 2020. Il percorso sarà completato da cinque pannelli, in italiano e inglese, dedicati a leggende, bomber, presidenti e allenatori delle diverse epoche e dai cimeli messi a disposizione da tifosi e collezionisti. L'area museale sarà inaugurata il 6 ottobre e poi visitabile durante le gare interne. I festeggiamenti proseguono con un album in collaborazione con Coop Liguria, una maglia celebrativa, tour dello stadio e talk con personaggi del passato e presente dello Spezia.

- Il museo allestito nella sala hospitality.

Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)

Coop e Cooperazione

Ruba bottiglie minacciando il personale con le forbici: condannata a 1 anno e 8 mesi

La sentenza nei confronti di una 59enne per una rapina commessa nello stesso supermercato Quando Spese


PONTEDERA

Dumarey Il futuro ad un bivio «Servono garanzie occupazionali»

Arrestata una coppia per furto di alcolici

Ruba bottiglie minacciando il personale con le forbici: condannata a 1 anno e 8 mesi

I fatti al centro del processo risalgono al 6 aprile del 2024 Pontedera Esattamente come la coppia arrestata dai carabinieri lunedì sera, aveva preso alcune bottiglie di alcolici dagli scaffali dello stesso supermercato Coop di Pontedera, nascondendole all'interno della borsa.

In più, una volta scoperta, si era scagliata contro l'addetta al portierato dandole uno schiaffo per poi minacciare lei e il direttore del supermercato con un paio di forbici dalla lama di 8 centimetri estratte dalla stessa borsa nella quale aveva nascosto la refurtiva. Forbici che aveva puntato nei confronti delle due persone dicendo loro che le avrebbe sgozzate.

È per questo comportamento violento posto in essere prima di essere fermata dagli agenti della polizia, che nei confronti della donna di 59 anni di Cascina era scattata l'accusa di rapina impropria, oltre a quelle di lesioni aggravate nei confronti dell'addetta - che a causa dello schiaffo riportò un "trauma contusivo polidistrettuale" refertato con una prognosi di cinque giorni - e di porto abusivo di oggetti atti a offendere.

Reati per cui in questi giorni il secondo collegio del tribunale penale di Pisa l'ha condannata a un anno e otto mesi di reclusione, ritenendola colpevole per ciò che le veniva contestato. Una pena contenuta al ribasso grazie al riconoscimento delle circostanze attenuanti generiche e di La donna è stata condannata anche al pagamento di 400 euro di multa, delle spese processuali e a un risarcimento del danno da 500 euro nei confronti di Unicoop Firenze, costituitasi parte civile quella del fatto di lieve entità, introdotta con una sentenza dalla Corte Costituzionale nel 2024, "sconti" ottenuti dall'avvocato difensore dell'imputata Alberto Chiocchini. La donna, già nota alle forze dell'ordine per altri episodi simili, è stata condannata anche al pagamento di una multa da 400 euro, delle spese processuali e di quelle (2.500 euro) sostenute dalla parte civile, Unicoop Firenze, a cui deve dare anche 500 euro a titolo di risarcimento del danno. Si è chiuso così il primo grado di giudizio legato ai fatti avvenuti nel supermercato Coop di Pontedera il 6 aprile del 2024. .

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)

Coop e Cooperazione

Intesa Misericordia-Unicoop: al supermercato si possono prenotare visite ed esami diagnostici

Al via la collaborazione: l'accordo previste anche sconti e liste di attesa prioritarie ello


Empoli

Piano intercomunale: c'è l'ok
Verso la nascita dell'area vasta

Arriva il sì della Regione e della Soprintendenza: chiuso il procedimento
L'assessore Bonì: «Ora sviluppo più ragionato, sostenibile e coerente»

Piscina Obiettivo garantire un lungo periodo di stabilità
Ad Aquatempra l'affidamento della gestione per cinque anni

Intesa Misericordia-Unicoop: al supermercato si possono prenotare visite ed esami diagnostici

Al via la collaborazione: l'accordo previste anche sconti e liste di attesa prioritarie

Saranno allestiti degli sportelli per le prenotazioni nei supermercati Coop di Pontorme e al Centro Empoli Empoli Grazie alla collaborazione tra il Centro medico diagnostico della Misericordia di Empoli e Unicoop Firenze nasce un nuovo servizio: uno sportello gratuito per prenotare prestazioni sanitarie nei due punti vendita Coop di Empoli. L'obiettivo è quello di rendere l'accesso ai servizi sanitari e diagnostici più semplice, capillare e vicino alle esigenze dei cittadini.

Già da settembre, il personale del Centro medico diagnostico sarà a disposizione nel supermercato Coop di Pontorme (via Tosco Romagnola sud), nell'area davanti alle casse, e al Centro Empoli (via Sanzio), nella galleria di fronte alla sezione soci, dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 10.30 e dalle 17 alle 19. Gli operatori potranno dare informazioni sui servizi disponibili e procedere con l'appuntamento della prestazione sanitaria di cui si necessita. Un punto di accoglienza gratuito, pensato per facilitare l'accesso alle prestazioni e rendere più semplice il percorso di prenotazione senza doversi recare alla struttura o chiamare, ma direttamente al supermercato, nel luogo della quotidianità. Tutti i servizi richiesti saranno erogati nel nuovo Centro medico diagnostico della Misericordia in via delle Fiascaie aperto a giugno.

Un ambiente moderno e accogliente che offre una vasta gamma di prestazioni.

All'interno ci sono servizi sanitari di elevata qualità, ambulatori specialistici e attività diagnostiche supportate da tecnologie di ultima generazione, come la Tac e la risonanza magnetica integrate con sistemi di intelligenza artificiale. Tecnologie che permettono di ridurre i tempi di esecuzione, migliorando in modo significativo la qualità delle immagini, elementi essenziali per diagnosi sempre più rapide e precise. Da agosto il centro è abilitato anche per effettuare tutte le prestazioni richieste in convenzione con il sistema sanitario nazionale: dagli esami ematici, alle visite specialistiche ed esami diagnostici. «Tutte le attività - sottolinea la Misericordia - sono strutturate per garantire risposte tempestive ed efficaci ai bisogni sanitari della comunità e per promuovere un nuovo modello di sanità, fondato sulla volontà di offrire una cura capace di accogliere e ascoltare, una salute accessibile a tutti e una qualità dell'assistenza che ponga sempre la persona al centro».

Grazie alla partnership tra Misericordia di Empoli e Unicoop Firenze e a una convenziona stipulata tra le parti, i soci Unicoop Firenze possono usufruire di vantaggi concreti e una scontistica riservata con riduzioni dal 10 al 15% a seconda del tipo di prestazione richiesta. In dettaglio, sono previsti sconti del 10% sulle prestazioni sanitarie ambulatoriali, sugli esami di laboratorio ed ecografie, del 15% su tutti gli accertamenti diagnostici e del 5% su trattamenti di infiltrazioni

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

osteoarticolari. In programma numerosi appuntamenti dedicati alla prevenzione con pacchetti dedicati a cui saranno applicate scontistiche specifiche. Tariffe agevolate anche per il trasporto sanitario e l'assistenza domiciliare. Ai soci Unicoop Firenze è inoltre riservata una lista di attesa prioritaria, con tempi di prenotazione ridotti.

.

La Nazione (ed. Empoli)

Coop e Cooperazione

Gli esami o le radiografie? Si prenotano alla Coop

Sportelli per i cittadini sono stati attivati nei negozi di via Sanzio e Pontorme Il servizio grazie a Centro Medico Diagnostico della Misericordia e Unicoop Fi


LA CITTÀ SOLIDALE
L'iniziativa
Gli esami o le radiografie?
Si prenotano alla Coop
Risposte a bisogni reali
Brogi&Collitorti
centro usato
USATO NISSAN?
JUKE QASHQAI X-TRAIL
CON BROGI & COLLITORTI
FINO A
10 ANNI
DI GARANZIA UFFICIALE
INCLUSA NEL PREZZO
SCEGLI ADESSO
LA TUA NISSAN USATA

EMPOLI Fare la spesa e, con l'occasione, prenotare una visita specialistica o un esame diagnostico senza dover affrontare gli sportelli tradizionali o le lunghe attese telefoniche. Dal mese di settembre, a Empoli, tutto questo è realtà grazie alla collaborazione tra il Centro Medico Diagnostico della Misericordia e Unicoop Firenze, che hanno attivato uno sportello gratuito per prenotare prestazioni sanitarie all'interno di due punti vendita Coop.fi del territorio. «Per i nostri soci è fondamentale trovare una postazione del genere, soprattutto oggi che si riscontrano spesso difficoltà ad accedere alle liste della sanità pubblica - spiega Francesca Martini, presidente della Sezione Soci Coop Empoli -. I nostri soci si fidano della Coop e sanno che qui troveranno sempre qualcuno a cui rivolgersi, con il vantaggio di poter prenotare controlli necessari spendendo meno». Gli sportelli gratuiti, presidiati da personale specializzato della Misericordia, sono attivi dal lunedì al venerdì in due fasce orarie (dalle 8.30 alle 10.30 e dalle 17 alle 19). Si trovano alla Coop.fi di Pontorme (Via Tosco Romagnola sud 41, nell'area casse) e al Centro*Empoli di Via Sanzio (nella galleria di fronte alla sezione soci). «È un accordo importante che potenzia la capacità di prevenzione e di assistenza sanitaria non solo di Empoli, ma di tutto il comprensorio - sottolinea Claudio Vanni, responsabile relazioni esterne Unicoop Firenze -. È l'incontro fra due realtà che hanno forti radici e valori comuni, portando ai cittadini servizi aggiuntivi di grande qualità che prima non c'erano, permettendo ai soci di accedere alla salute in maniera più economica». A questi ultimi, infatti, sono riservati vantaggi concreti: sconti del 10% su prestazioni ambulatoriali, esami di laboratorio ed ecografie, del 15% sulla diagnostica strumentale (radiografie, TAC, RM) e del 5% sulle infiltrazioni, oltre a una lista di attesa prioritaria. Le prestazioni prenotate al supermercato vengono poi erogate nel nuovo Centro Medico Diagnostico della Misericordia, inaugurato a giugno in via delle Fiascaie 2, struttura che da agosto è abilitata a effettuare prestazioni anche in convenzione con il Servizio Sanitario Nazionale. «Abbiamo un team di professionisti scelti con cura, e la qualità delle prestazioni è molto alta - afferma Gloria Giustarini, direttrice sanitaria del Centro -. Questo esperimento serve a raggiungere uno dei nostri obiettivi primari: garantire l'accessibilità alle cure. In questo modo i pazienti prenderanno confidenza con la struttura in maniera facile, garantendo qualità e prezzi calmierati». Un modello che il provveditore della Misericordia di Empoli, Gionata Fatichenti, definisce cruciale. «Oggi la sanità privata è una realtà, ma nel nostro caso si parla di un privato sociale: non puntiamo al lucro, ma a un servizio di grande qualità con un prezzo il più calmierato possibile. Senza questa realtà, molti sarebbero costretti a cercare prestazioni puramente private nel mercato

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

della sanità».

Emma Traversi.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno

Coop e Cooperazione

«Così combattiamo le mafie» Lezioni nel capannone Chioini

Il bilancio del primo campo di Libera a Donoratico: dibattiti e laboratori


«Così combattiamo le mafie»
Lezioni nel capannone Chioini
Il bilancio del primo campo di Libera a Donoratico: dibattiti e laboratori

Donoratico Si è appena concluso il primo Campo di Libera organizzato dal presidio di Castagneto San Vincenzo con l'associazione San Bernardo Abate e la Cooperativa Convoi. Al Capannone di Via 4 Novembre a Donoratico i dieci iscritti al Campo"E!State Liberi", per la maggior parte minorenni provenienti dal Nord Italia, anche se alcuni di loro venivano da molto più lontano (Sierra Leone, Senegal, Egitto), hanno mischiato le loro storie con quelle dei testimoni ospiti per la formazione e delle persone che tutti i giorni vivono il Capannone "Enzo Chioini", per garantire cibo e vestiti a chi ne ha bisogno e per "ricostruirsi" insieme, cucendo all'attaccabottone o producendo gadget da proporre sul mercato per autofinanziamento.

«Nel salone del capannone - ricordano gli organizzatori si sono alternati in questi giorni Maria Luisa Rovetta, che ha raccontato cosa significa crescere in una famiglia devastata dall'uccisione del padre ad opera della mafia e la ricerca di dare un senso all'essere cittadini liberi. Maria Luisa ha interloquito con i campisti e con i ragazzi e gli educatori di Bella Storia Convoi, che le hanno posto domande e sollecitazioni profonde , come ad esempio il tema del perdono». Aldo Soldi e Mauro Danza, rispettivamente presidente e funzionario di Banca Etica, hanno avvicinato i presenti ad una finanza diversa ma possibile, che sostiene progetti e sogni di chi lavora e si impegna per una società più giusta. Banca Etica opera con la massima trasparenza dei suoi finanziamenti e ha scelto di non finanziare alcuni tipi di imprese, in primis quelle che producono armi. «Samba Seydi e Nicolò Cortorillo (segretario provinciale della Flai Cgil) - continuano gli organizzatori - hanno raccontato l'esperienza di sfruttamento ad opera di un caporale marittimo a Livorno, per arrivare al racconto di come alcuni ragazzi sono arrivati in Italia.

Luca Tescaroli, Procuratore Capo della Repubblica a Prato ha fatto luce su oltre 30 anni di indagini e processi, dagli anni delle stragi (Capaci, Roma, Milano e Firenze) fino all'evoluzione delle mafie che lavorano con i bitcoin e con investimenti e transazioni con l'estero, continuando però ad arricchirsi con lo sfruttamento di migliaia di lavoratori stranieri ed invisibili nel distretto industriale di Prato, danneggiando pesantemente l'industria sana pratese. Ma il campo è tanto altro, come hanno raccontato i ragazzi durante il momento di restituzione: «Al Capannone a Donoratico la comunità trae il bene dal singolo ed il singolo trae il bene dalla comunità», è stato sottolineato.. «Il campo - si è ricordato è lavorare con i volontari del Presidio e un'artista di Convoi a trasformare alcuni vecchi pancali in panchine per il Capannone, il campo è imparare dai ragazzi e dalle ragazze del laboratorio Bella Storia Convoi come si realizzano i gadget personalizzati, il campo è cucinare con i volontari e le volontarie

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

della San Bernardo Abate e preparare i toast con Tipe Toste, il Campo è andare insieme con il pulmino della Misericordia al mare e a Bolgheri recitando "Davanti a San Guido", visitare il Borgo del Cuore a Castagneto e condividere la cena alla Tana del Drago».

Tutto questo grazie anche ai contributi della Coop Terre dell'Etruria e della Sezione Soci Coop di Unicoop Etruria e di alcuni cittadini.

.

Corriere di Viterbo

Coop e Cooperazione

Acquapendente A Monte Rufeno torna la Scarpinata


10 BOLSENA

Congresso eucaristico, tappa in riva al lago
Il paese spera di accogliere papa Leone XIV

Acquapendente A Monte Rufeno torna la Scarpinata

Acquapendente Domani evento-spettacolo con premiazione delle imprese associate più longeve
La Cna viterbese festeggia al "Boni" i suoi 70 anni

Acquapendente
Due sabati di open day alla scuola musicale

KLa pro loco di Trevinano presenta ufficialmente il programma della 42ª edizione della Scarpinata a Monte Rufeno. La manifestazione è organizzata in sinergia con il Comune di Acquapendente, la Riserva naturale Monte Rufeno, l'Ecomuseo della Tuscia, la Coop Unicoop Etruria ed il Gruppo Slow Food Viterbo-Tuscia.

L'apertura è prevista domani con la camminata in notturna lungo un percorso di 10 chilometri. Per chi volesse prendervi parte il raduno si terrà alle ore 18 presso la sede della pro loco di Trevinano con successivo trasferimento a Villalba per la partenza guidata. Alle ore 21, infine, spazio alla cena (su prenotazione) per le vie del borgo di Trevinano. Il giorno successivo, sabato 19 settembre, sarà la volta della camminata nella Selva di Meana di Allerona, questa volta della lunghezza di 13 chilometri, con raduno ed iscrizioni che si apriranno alle ore 8 alla Porta del Sole. La quota di partecipazione a questo secondo evento della Scarpinata è di 5 euro. Alle ore 13.30, poi, si terrà il pranzo, sempre su prenotazione contattando il numero di telefono 339-5734797. Alle ore 19.30 la giornata si concluderà con lo street food organizzato per le vie del borgo di Trevinano. Domenica 20, infine, si entrerà nel vivo con l'edizione numero 42 dell'evento.

Per i partecipanti alla Scarpinata di Monte Rufeno ci sarà la possibilità di scegliere tra il percorso più leggero, quello di 10 chilometri, e quello più impegnativo di 23 chilometri. Le iscrizioni inizieranno alle ore 8.30, mentre la partenza è stata fissata per le ore 9. La quota di iscrizione è di 15 euro mentre la partecipazione è gratuita per i bambini fino a 12 anni. Durante la Scarpinata ci sarà la colazione contadina nel bosco a cura di Slow Food Viterbo e Tuscia e al'arrivo il pranzo. Per tutte le info contattare la pro loco di Trevinano: numero 388-8246971, email: prolocotrevinano@tim.it e Sergio Pieri (339-2680840).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi

Concorrenza GDO

In assenza di una politica efficace essi chiudono deprimendo la realtà economica delle città

Gdo contro i negozi del centro

E i player del web non pagano le tasse dove guadagnano

ANTONINO D'ANNA


In assenza di una politica efficace essi chiudono deprimendo la realtà economica delle città

Gdo contro i negozi del centro

E i player del web non pagano le tasse dove guadagnano

Basta con i paradisi fiscali per i colossi del Web che stritolano i negozi di prossimità, tassazione equa, un intervento deciso della politica, una campagna per rendere le nostre città belle e accogliente, tali da invitare la gente a uscire e spendere negli esercizi. Manuela Ulandi è Segretario provinciale di Confesercenti Alessandria e lancia su ItaliaOggi la ricetta per combattere la moria di negozi in città e provincia, dove ad abbassare la serranda è un negozio su 5, cioè il 20% del totale (fonte: Il Secolo XIX). Perché i dati di Confesercenti nazionale parlano chiaro: tra il 2019 e il 2025 in Italia hanno chiuso 111mila imprese del retail fisico e quei 70 euro che restavano sul territorio per ogni 100 euro spesi in negozio, oggi vanno invece altrove. Impoverendo il tessuto sociale e umano delle nostre città. Domanda. Perché gli esercizi di vicinato chiudono? Risposta. Perché non sono state fatte scelte e riforme per tutelare e difendere il commercio di vicinato da competitor impari rispetto al negozio di prossimità.

Succede da 25-30 anni con ogni forma di liberalizzazione e competizione che non è equa. Dalla grande distribuzione, noi ad Alessandria abbiamo l'outlet più grande d'Europa, all'online. I grandi player del Web, non pagano le tasse negli Stati in cui producono ricchezza, dove hanno un volume d'affari, ma in paradisi fiscali. Questo vuol dire impoverire un territorio, perché qui vuol dire depredare la ricchezza e poi non ridistribuirla localmente, cosa che invece fanno gli esercizi di vicinato. Ma parliamo di formiche contro colossi. A questo va aggiunta la ridotta capacità di spesa perché le famiglie si sono impoverite e pertanto i negozi che stanno soffrendo di più sono quelli dell'abbigliamento, delle calzature, degli accessori.

Persino nella grande distribuzione, questo lo notiamo perché stanno volando i discount e i supermercati con i prezzi più convenienti a discapito di quelli che hanno prezzi più importanti e questo è per una ridotta capacità di spesa che si unisce a delle scelte illogiche fatte dai legislatori a tutti i livelli. D. Che cosa rischiamo? R. Che le città siano con i negozi chiusi, quindi con meno posti di lavoro di qualità, e si baratteranno sempre più barattando posti di lavoro subordinato di livello decisamente inferiore con le città che si svuotano e possono diventare un teatro per maranza e gente non bella. Una città senza i negozi è una città triste, spenta, buia, insicura e manca il servizio alla clientela, fondamentale soprattutto per le persone più fragili e più anziane. E nascono città circondate come la nostra da grande distribuzione a go-go proprio e capannone di logistica. Noi non vogliamo questo modello qua. La politica non può fare finta di niente. D. Come si esce da questa situazione? R. In primis, come dicevo, fare in modo che i grandi player che operano negli stati membri paghino

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

le tasse negli stati membri, perché già troveremo molto meno conveniente fare un acquisto online rispetto nel negozio fisico se il grande player pagasse le tasse qui come lo paga il negozio di vicinato, tanto per equità. Dopodiché fare degli investimenti significativi di concerto con le regioni e con l'Ue perché ci siano fondi destinati alla riqualificazione e alla rigenerazione urbana. È un lavoro di squadra che va fatto su tutti i livelli perché io devo avere un centro storico che sia attrattivo perché sennò mi fermo in un comodo centro commerciale che ha il parcheggio gratuito, magari anche al coperto e quei negozi che hanno l'aria condizionata d'estate e il riscaldamento d'inverno. Noi siamo in una regione che con grande ritardo, ma grazie al precedente Assessore regionale Vittoria Poggio, nel 2020, ha istituito i distretti del commercio. Poggio ha destinato oltre 32 milioni di euro ai distretti del commercio per la regione Piemonte. Ormai però non ci sono risorse esigue. La politica deve parlare con fatti e atti amministrativi a tutti i livelli.

D. Per finire, che cosa le dicono gli esercenti che scelgono di chiudere?

R. Quello che ho raccontato io. Si aggiunga che gli esercenti chiudono sovente per raggiunti limiti età e mancanza di ricambio generazionale, anche per la mancanza di attrattività che ha il settore del commercio perché ci sono sempre più incerti. Per essere attrattivi bisogna che si ritorni ad avere i negozi come erano negli anni 90, perché se no così avremo agevolato solo grande distribuzione e l'online, i giganti rispetto ai piccoli.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Milano)

Concorrenza GDO

il racconto

Caccia allo sconto e spesa-mini strategia tra gli scaffali

Siamo andati in due supermercati di diverso target nella stessa zona Dove c'è anche chi rinuncia in assenza di saldi

PIETRO PIGA


Caccia allo sconto
e spesa-mini
strategia tra gli scaffali

La caccia è al cartellino col meno sopra. Il segno che barra il prezzo iniziale e lo riduce - almeno - di cinquanta centesimi. E fa pesare, un po' meno, il portafoglio in pelle o digitale. Lo cercano, in un pomeriggio di settembre, le due coinquiline - entrambe con una borsa in tela da riempire - al Lidl di piazzale Lodi. «Il nostro vantaggio, se possiamo chiamarlo in questo modo, è che dividiamo la spesa e, per quanto possibile, risparmiamo», afferma una delle due. In questo supermercato di fronte a una delle uscite della fermata Lodi Tibb del metrò M3, c'è anche una ragazza che, col tesserino penzolante sul collo, è di rientro dall'ufficio. «Faccio una mini-spesa, che copre almeno un pranzo e una cena. Ormai, mi sono abituata a quanto siano cari alcuni prodotti e tento di ovviare così», dice. Ha lo stesso obiettivo e la stessa opinione, mezzo chilometro più in là, il papà che - oltre ad ampliare la scorta di quadernoni per la scuola insieme alla figlia - procede tra gli scaffali occupati dalle cassette, dalle vaschette e dalle buste dell'Esselunga in viale Umbria. «Ci vuole un occhio attento per scovare i prezzi convenienti, ma non se ne trovano tanti. Pago una ventina di euro in più da un anno e passa», dichiara. Qui fa le compere anche una signora che manovra il carrello e stringe il post-it su cui ha annotato la lista della spesa. «I ripiani sono così pieni che parlano da soli e io, da tempo, davanti ad alcuni vado dritta», racconta.

Nel giro di 500 metri - la distanza che separa i punti vendita delle due catene - il caro-prezzi si vede, ancor prima che si senta in tasca. In particolare, quando ci si sofferma sulle etichette nei reparti dell'ortofrutta. Se al Lidl le melanzane si possono comprare a 1,79 euro al chilo, all'Esselunga il costo è superiore di 20 centesimi (1,99). Ed è proprio la quantità di questo ortaggio che marito e moglie, con i guantini e il sacchetto trasparenti ciascuno, stanno decidendo di comprare davanti alla fila di cassette dell'Esselunga. «Per stringere la cinghia, facciamo il salto da un market all'altro o optiamo per il mercato di quartiere. In ogni posto la nostra spesa è mirata», spiega la donna. Nei paraggi ci sono le vaschette di fichi d'India coltivati in Sicilia, sulle quali ha posato lo sguardo questa ragazza: «Sono i primi che trovo. Li vorrei acquistare ma, probabilmente, farò prima una tappa da altre parti per vedere se li posso comprare a un prezzo meno caro». All'Esselunga, questo frutto costa 3,18 euro al chilo, mentre al Lidl 2,58. In piazza Lodi, invece, sia i peperoni rossi, sia quelli gialli sono venduti a 2,99 euro al chilo, contro i 2,95 di viale Umbria. «Visto il costo, potrei cambiare il menù della cena che ho organizzato o chiederò ad un amico se vicino a casa sua li trova a un costo minore. Ma è un'impresa», afferma un ragazzo di fronte agli scaffali del Lidl. Non

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Milano)

Concorrenza GDO

è l'unico che, in questo supermercato, potrebbe rivedere l'elenco del cibo da acquistare: «È insostenibile orientarsi tra i rincari degli ultimi mesi. Tutto sta diventando uno strappo alla regola, un togliersi uno sfizio», sono le parole di questo giovane che sta scegliendo se comprare o meno una delle poche confezioni di uva bianca senza semi che al Lidl è venduta a 2,39 euro al chilo, mentre all'Esselunga 2,69. Tra i due supermercati, invece, la differenza sul prezzo al chilo delle zucchine è ridotta. In piazzale Lodi, sono esposte a 2,48 euro e a un centesimo in più (2,49) in viale Umbria. Ma, in entrambi i punti vendita, generano lamentele. «Per comprarle, aspetterò la settimana prossima. Magari, le metteranno in offerta. Non ci conto, perché costano a peso d'oro da tanto tempo. Andrò al mercato, ma anche lì», è il pensiero di un signore al Lidl. Gli fa eco un altro: «Beato chi si sorprende di questi prezzi. Le lascio agli altri», e s'incammina verso i latticini dell'Esselunga.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

gdonews.it

Concorrenza GDO

Se la spesa la fa ChatGPT, la GDO dovrà imparare a farsi scegliere dall'AI

La visibilità nel retail sta cambiando natura. Per anni si è misurata in metri lineari, posizioni a scaffale, ranking sui motori di ricerca e presenza nelle app. Oggi si aggiunge un nuovo livello: essere compresi e selezionati dagli assistenti di intelligenza artificiale. Per insegne e marche significa iniziare a ragionare su una nuova forma di posizionamento, la GEO, che potrebbe incidere sempre di più sul momento in cui si forma la scelta d'acquisto.

Stefania Lorusso



Dopo anni passati a lavorare su SEO, app, e-commerce e retail media, per le insegne si apre un nuovo terreno competitivo. Si chiama GEO e riguarda la capacità di essere trovati, compresi e suggeriti dagli assistenti di intelligenza artificiale. Immaginiamo una richiesta molto semplice: « Devo preparare cinque cene per quattro persone, ho poco tempo, vorrei mangiare sano e spendere meno di 80 euro ». Fino a oggi il consumatore avrebbe cercato ricette, preparato una lista, aperto l'app del supermercato oppure sarebbe entrato nel punto vendita iniziando a scegliere prodotto dopo prodotto. Un assistente AI può fare qualcosa di diverso: interpretare il bisogno, comporre i pasti, individuare gli ingredienti e trasformarli direttamente in un carrello. A quel punto per la GDO nasce un problema nuovo . Come fa un'insegna a essere quella proposta dall'intelligenza artificiale? E come fa una marca a entrare tra i prodotti suggeriti? È qui che comincia a farsi strada la GEO, Generative Engine Optimization . In modo molto semplice, potremmo definirla come la SEO delle intelligenze artificiali: attività finalizzate a rendere un brand e i suoi prodotti più facilmente individuabili e utilizzabili da strumenti come ChatGPT , Gemini o Perplexity . La definizione, però, rischia di essere riduttiva. Nel retail la GEO riguarda molto più delle parole utilizzate in una pagina web. Shopify parla di qualità e completezza dei dati prodotto, autorevolezza del brand sul web, recensioni, presenza editoriale e accesso diretto a informazioni aggiornate su prezzi e disponibilità. Secondo i dati Q1 2026 della piattaforma, le visite provenienti dai chatbot AI sono cresciute di oltre otto volte in un anno e gli ordini riconducibili a queste fonti quasi di tredici volte. Si tratta dei merchant Shopify e non della GDO italiana, ma il segnale merita attenzione. Anche perché lo shopping dentro gli assistenti sta diventando molto più concreto. OpenAI ha esteso l' Agentic Commerce Protocol alla product discovery: i retailer possono fornire feed di prodotto e promozioni affinché cataloghi, prezzi e caratteristiche siano disponibili nelle conversazioni. Target , Sephora , Best Buy , Home Depot e altri grandi operatori sono già integrati, mentre i cataloghi Shopify possono essere rappresentati direttamente in ChatGPT. Per un supermercato significa iniziare a chiedersi se il proprio assortimento sia comprensibile anche da una macchina. Non basta più che un prodotto esista nell'e-commerce . Occorre che siano chiari formato, prezzo, ingredienti, caratteristiche nutrizionali, disponibilità, promozioni e tutte quelle informazioni che possono diventare decisive quando l'AI deve rispondere a

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

una richiesta precisa. Knuspr , supermercato online tedesco, è già arrivato al passaggio successivo. Ha collegato direttamente il proprio catalogo agli assistenti compatibili con MCP, permettendo al cliente di cercare prodotti e gestire il carrello anche attraverso ChatGPT . Pensiamo allora alla nostra richiesta iniziale. L'utente non ha chiesto una marca di pasta, uno specifico yogurt o un determinato sugo. Ha indicato un bisogno, un budget e alcune preferenze. Tutto ciò che viene dopo può essere oggetto di selezione. Per l'industria significa confrontarsi con una nuova forma di visibilità. Per il retailer significa decidere quanto rendere accessibili catalogo, disponibilità e promozioni agli assistenti esterni. E per entrambi significa capire quali informazioni servano affinché l'AI li consideri pertinenti quando costruisce una risposta. La competizione sullo scaffale naturalmente resterà. Così come quella sui motori di ricerca, nelle app e nel retail media. Ma potrebbe aggiungersene un'altra, molto meno visibile. Essere tra le insegne e le marche che l'intelligenza artificiale prende in considerazione prima ancora che il consumatore inizi a fare la spesa. E forse è proprio questa la domanda che oggi la GDO dovrebbe cominciare a porsi: se il cliente smette di cercarci e comincia a chiedere a un'AI cosa comprare, siamo abbastanza visibili perché quell'AI trovi noi?

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Le referenze premium di The Longevity Kitchen arrivano nei supermercati to.market


Distribuzione Moderna

Le referenze premium di The Longevity Kitchen arrivano nei supermercati to.market

09/16/2026 14:31

The Longevity Kitchen (Tlk) , il brand italiano di piatti pronti premium ispirati ai principi della longevità funzionale, arriva sugli scaffali dei supermercati to.market , grazie a un nuovo accordo commerciale tra le due realtà. 14 referenze L'operazione porta per la prima volta nel canale della Gdo milanese una selezione completa di piatti pronti Tlk , nati per tradurre in una soluzione semplice, accessibile e contemporanea i principi alimentari delle cosiddette Blue Zone , le cinque aree del mondo note per la particolare longevità e qualità della vita delle proprie popolazioni. Saranno 14 le referenze disponibili in cinque punti vendita to.market di Milano , con riassortimenti a cadenza settimanale e un monitoraggio congiunto delle performance. L'accordo rappresenta per The Longevity Kitchen un importante passo nel percorso di sviluppo del brand nel canale retail e, al tempo stesso, apre a nuove opportunità di crescita sul territorio lombardo. Le 5 Blue Zone Nato a Milano dall'incontro tra medici, nutrizionisti e chef, The Longevity Kitchen è il primo brand italiano di piatti pronti costruito interamente sui principi della longevità funzionale L'idea alla base del progetto è semplice: se l'alimentazione rappresenta uno dei pilastri fondamentali della salute e della longevità, deve essere possibile inserirla in modo concreto e sostenibile anche nella vita di tutti i giorni. Tlk prende ispirazione dalle tradizioni alimentari delle cinque Blue Zone – Sardegna (Ogliastra), Ikaria, Okinawa, Nicoya e Loma Linda – e le traduce in ricette contemporanee pensate per rispondere alle esigenze di chi ha poco tempo, ma non vuole rinunciare alla qualità di ciò che mangia. L'offerta di to.market È in questa visione che si inserisce la partnership con to.market, catena di supermercati di prossimità fondata nel 2012 e oggi presente con 14 punti vendita tra Milano, Monza, Pavia e Brescia, con oltre 8.000 clienti al giorno . Una realtà che ha costruito il proprio posizionamento sulla qualità dell'offerta, sulla valorizzazione del territorio e sulla capacità di interpretare l'evoluzione delle abitudini di consumo. Un approccio che si riflette anche nei progetti sviluppati negli ultimi anni, dalla private label to.eat al lancio di Plant Based Lovers, il primo e-grocery italiano dedicato al mondo vegetale. Per The Longevity Kitchen, to.market rappresenta così il primo ingresso strutturato nella distribuzione retail , dopo lo sviluppo del format attraverso i canali diretti e l'e-commerce. Per to.market, l'arrivo di Tlk amplia invece l' offerta premium ready-to-eat con una proposta che interpreta un nuovo modo di concepire il cibo: non soltanto come nutrimento, ma come parte integrante di un percorso di prevenzione e di salute a lungo termine. La selezione La selezione comprende piatti unici, insalate proteiche e proposte a base di carne, pesce e ingredienti vegetali , pensati per offrire varietà e completezza all'interno di un'alimentazione orientata alla longevità. Piatti freschi, pronti in 3 minuti, con un'attenzione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

particolare alla qualità delle proteine , alle fibre , ai grassi buoni e agli antiossidanti . La linea è pensata per integrarsi all'interno di un percorso alimentare Longevity, rendendo più semplice trasformare i principi della nutrizione orientata alla salute in una scelta concreta e quotidiana. Un approccio sintetizzato dal payoff "Feeding Good" : mangiare bene deve essere semplice, buono e fare bene. I commenti Marco Gallo, chief business officer di The Longevity Kitchen , commenta: " Con l'ingresso di The Longevity Kitchen in to.market puntiamo a sviluppare la categoria del longevity food in un canale strategico come la Gdo. Grazie all'ecosistema di The Longevity Suite, ogni nostra ricetta è la traduzione operativa del lavoro che medici, nutrizionisti e chef conducono ogni giorno nei nostri 30 centri e nel nostro laboratorio produttivo. Questa partnership si innesta all'interno di una strategia di crescita multicanale strutturata: parallelamente allo sviluppo retail, The Longevity Kitchen sta accelerando sul canale digital e sulle principali platform di delivery, e sono in preparazione accordi internazionali che porteranno il brand oltre i confini italiani nei prossimi mesi. In questo disegno to.market rappresenta un tassello importante: il partner giusto per portare questa credibilità scientifica dentro la spesa quotidiana di un pubblico ampio". Mattia Ballabio, founder & ceo di to.market , dichiara: "Il consumatore sta cambiando e con lui sta cambiando anche il ruolo del supermercato di prossimità: non più soltanto un luogo in cui acquistare ciò che serve, ma uno spazio capace di intercettare nuovi bisogni e proporre soluzioni coerenti con uno stile di vita sempre più attento alla salute, alla qualità e al benessere. L'ingresso di The Longevity Kitchen nei nostri punti vendita va esattamente in questa direzione. Abbiamo scelto di portare Tlk nei nostri scaffali perché crediamo nella capacità di unire innovazione, qualità e praticità, offrendo ai nostri clienti una proposta nuova e distintiva nel segmento del ready-to-eat. È una partnership che arricchisce la nostra offerta e, allo stesso tempo, ci permette di continuare a sperimentare nuovi modelli di consumo".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Osservatorio Immagino di GS1: la colazione innovativa e salutistica conquista gli italiani


Distribuzione Moderna

Osservatorio Immagino di GS1: la colazione innovativa e salutistica conquista gli italiani

09/16/2026 15:30

Secondo l'ultima edizione dell' Osservatorio Immagino di GS1 Italy , il menu del primo pasto del mattino degli italiani sta rapidamente evolvendo e, quindi, modificando il carrello della spesa. La colazione innovativa ha una marcia in più Il modello della colazione tradizionale , seppur ancora dominante (60% del totale a valore), arranca e in 12 mesi perde il 2,2% dei volumi venduti. Invece quello della colazione innovativa guadagna il 7,1% a volume , crescendo ben al di sopra del mercato totale della prima colazione che, tra supermercati, ipermercati e libero servizio, ha messo a segno nel 2025 un aumento dell'1,4% a volume e del 5,1% a valore, superando gli 11,5 miliardi di euro di sell-out I trend dei segmenti principali L'Osservatorio Immagino non si limita a tracciare i trend della prima colazione ma, con l'approccio metodologico che lo contraddistingue, approfondisce quali sono i fenomeni di consumo trainanti e qual è la performance dei principali claim rilevati sulle etichette dei prodotti a scaffale, confrontandone i trend nel paniere della colazione tradizionale e in quello della colazione innovativa. Il free from riveste un ruolo di primo piano nella nuova colazione degli italiani, in particolare in quella innovativa, dove vale il 48,6% del giro d'affari, superando i 2,2 miliardi di euro, e dove in un anno è cresciuto del 9,4% a valore e dell'8% a volume. Tra i claim rilevati, a emergere sono stati soprattutto "senza lattosio" "pochi grassi" "pochi zuccheri" e "senza zuccheri aggiunti" , mentre l'area del "senza glutine" mantiene un ruolo rilevante in entrambi i modelli di colazione. L'altro fenomeno trainante è quello del rich-in , che accomuna il 34,1% delle referenze e rappresenta il 38,9% del giro d'affari complessivo del paniere innovativo, dove nel 2025 è cresciuto del 9,5% a valore e dell'8,9% a volume. Nella colazione tradizionale, invece, questo fenomeno è meno importante: rappresenta solo il 9,5% dei prodotti e pesa per l'8,8% sul sell-out a valore. Il lifestyle figura tra i principali elementi di evoluzione della prima colazione e rappresenta una delle aree più dinamiche del paniere innovativo, dove nel 2025 ha registrato tassi di crescita a doppia cifra (+11,4% a valore e +10,2% a volume), mentre nella colazione tradizionale ha avuto un andamento lievemente negativo (rispettivamente -1% e -1,3%). A spiccare è stato soprattutto il claim " plant based ", le cui vendite a volume sono cresciute del 9,3% nel paniere della colazione tradizionale e del 21,9% in quella innovativa. I super ingredienti Anche il fenomeno dei super ingredienti sta modificando il breakfast degli italiani. Nella colazione innovativa ha raggiunto il 37,2% dell'assortimento e il 27,7% del giro d'affari grazie a una crescita annua a doppia cifra: +11,2% a valore e +9,6% a volume. A spiccare sono stati soprattutto superfruit e superfood , che hanno intercettato la crescente attenzione verso ingredienti connotati da un'immagine salutistica, ma anche semi e supercereali/farine , che riflettono un orientamento sempre

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

più marcato verso ingredienti naturali e funzionali. In parallelo l'avanzata di dolcificanti e spezie ha contribuito a ridefinire l'offerta sia in termini di gusto sia di percezione salutistica, spesso in associazione ai trend di riduzione degli zuccheri. Infine, hanno tenuto le loro posizioni i super ingredienti legati alla dimensione tradi z ionale , che continua a garantire un equilibrio tra innovazione e familiarità. L'italianità e la tradizione Rispetto ai valori identitari e ai driver nutrizionali, le diverse declinazioni dell' italianità dei prodotti risultano meno premianti in termini di vendite nella colazione tradizionale (-1,4% a volume) rispetto a quella innovativa (+5%) e funzionano più per rafforzare la fiducia, la percezione di qualità e il legame con il territorio. Stesso scenario per i claim relativi a qualità e tradizione che hanno perso smalto nella colazione tradizionale (+0,2% a valore e -2,7% a volume) mentre sono nettamente aumentati in quella innovativa (+11,4 e +7%), trainati da claim come "ricetta antica" "filiera" e "territorio".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Conad inaugura la nuova stazione di rifornimento a San Vito al Tagliamento (Pn)


Distribuzione Moderna

Conad inaugura la nuova stazione di rifornimento a San Vito al Tagliamento (Pn)

09/16/2026 17:03

Conad ha inaugurato a San Vito al Tagliamento (Pn) la nuova stazione di rifornimento per auto a benzina, diesel, Gpl e metano gestita da Scs Group dei soci Conad Antonio Facca Paolo Moretto Stephen Odorico e Paolo Dal Bo Il distributore si trova in Viale Udine, a pochi metri dal Superstore Conad , e funziona in modalità self-service tutti i giorni della settimana, 24 ore su 24 , e in modalità servito per Gpl e metano dal lunedì al sabato, dalle 7:30 alle 19:30. Sono consentiti tutti i mezzi di pagamento più diffusi, tra cui la Conad Card , che garantisce uno sconto extra di 2 centesimi al litro, oltre al vantaggio di pagare il mese successivo con addebito su conto corrente. L'approvvigionamento dei carburanti, come per gli altri distributori a insegna Conad, avviene presso primarie basi petrolifere della regione, seguendo con attenzione l'andamento dei mercati internazionali. "Siamo orgogliosi – dichiara l' ad di Cia-Conad, Luca Panzavolta – di inaugurare a San Vito al Tagliamento l'ottavo impianto di distribuzione di carburante nel territorio seguito da Commercianti Indipendenti Associati. È il terzo in provincia di Pordenone, dove siamo già presenti ad Azzano Decimo e Porcia. Oggi in Italia esistono oltre 50 stazioni di rifornimento a marchio Conad, un successo che continua grazie alla scelta di vendere carburanti di qualità al prezzo più basso possibile. Sin dalla nascita della nostra rete di distributori, avvenuta alla fine del 2005, l'automobilista sa che può aspettarsi uno sconto di 6-8 centesimi al litro rispetto alla media generale del mercato, un modello apprezzato dai consumatori: nel solo impianto di Azzano Decimo abbiamo servito oltre 270.000 clienti al 31 dicembre 2025. Un risparmio che, in questo momento di incertezza economica ed elevato aumento dei costi per l'energia, rappresenta un aiuto concreto per moltissime famiglie".

Conad ha inaugurato a San Vito al Tagliamento (Pn) la nuova stazione di rifornimento per auto a benzina, diesel, Gpl e metano gestita da Scs Group dei soci Conad Antonio Facca Paolo Moretto Stephen Odorico e Paolo Dal Bo Il distributore si trova in Viale Udine, a pochi metri dal Superstore Conad , e funziona in modalità self-service tutti i giorni della settimana, 24 ore su 24 , e in modalità servito per Gpl e metano dal lunedì al sabato, dalle 7:30 alle 19:30. Sono consentiti tutti i mezzi di pagamento più diffusi, tra cui la Conad Card , che garantisce uno sconto extra di 2 centesimi al litro, oltre al vantaggio di pagare il mese successivo con addebito su conto corrente. L'approvvigionamento dei carburanti, come per gli altri distributori a insegna Conad, avviene presso primarie basi petrolifere della regione, seguendo con attenzione l'andamento dei mercati internazionali. "Siamo orgogliosi - dichiara l' ad di Cia-Conad, Luca Panzavolta - di inaugurare a San Vito al Tagliamento l'ottavo impianto di distribuzione di carburante nel territorio seguito da Commercianti Indipendenti Associati. È il terzo in provincia di Pordenone, dove siamo già presenti ad Azzano Decimo e Porcia. Oggi in Italia esistono oltre 50 stazioni di rifornimento a marchio Conad, un successo che continua grazie alla scelta di vendere carburanti di qualità al prezzo più basso possibile. Sin dalla nascita della nostra rete di distributori, avvenuta alla fine del 2005, l'automobilista sa che può aspettarsi uno sconto di 6-8 centesimi al litro rispetto alla media generale del mercato, un modello apprezzato dai consumatori: nel solo impianto di Azzano Decimo abbiamo servito oltre 270.000 clienti al 31 dicembre 2025. Un risparmio che, in questo momento di incertezza economica ed elevato aumento dei costi per l'energia, rappresenta un aiuto concreto per moltissime famiglie".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

gdonews.it

Concorrenza GDO

Rossetto Group e IBC, trent'anni di collaborazione tra innovazione e fiducia



Lorenzo Rossetto, Amministratore Delegato di Rossetto Group, racconta l'evoluzione di una partnership nata nel 1995 e cresciuta insieme alle esigenze tecnologiche e operative della Grande Distribuzione: dalla gestione dei punti vendita ai nuovi progetti, fino alle prospettive di sviluppo e innovazione. In un settore come quello della Grande Distribuzione Organizzata, dove tecnologie e processi operativi sono in continua evoluzione, la continuità di una partnership rappresenta un elemento importante. È il caso della collaborazione tra Rossetto Group e IBC , un rapporto di fiducia che dura da oltre trent'anni. Per comprendere come è nato questo rapporto, quali elementi ne hanno sostenuto la continuità e quali siano oggi le prospettive per il futuro, abbiamo incontrato Lorenzo Rossetto, Amministratore Delegato di Rossetto Group . Trent'anni di collaborazione: Rossetto collabora con IBC da molti anni, come è iniziato questo percorso e quanto è importante oggi questa partnership? La nostra collaborazione con IBC risale al 1995, praticamente da quando l'azienda è diventata concessionaria NCR. Si tratta quindi di un rapporto che dura da oltre trent'anni e che è cresciuto parallelamente allo sviluppo delle nostre attività. Nel tempo abbiamo affrontato insieme numerose sfide, accompagnando l'evoluzione tecnologica dei nostri punti vendita. Oggi possiamo affermare che IBC rappresenta un partner consolidato, che conosce a fondo la nostra organizzazione e le esigenze operative della grande distribuzione. Dalla conoscenza alla crescita condivisa: quali sono stati i momenti che hanno maggiormente rafforzato questa collaborazione? Il rapporto è nato grazie alla conoscenza del fondatore di IBC, Adriano Corà, che all'epoca era il nostro referente commerciale in NCR. Da allora la collaborazione si è rafforzata progressivamente, accompagnando ogni nuova apertura dei nostri punti vendita e ogni progetto di innovazione. Ogni fase di crescita dell'azienda è stata un'occasione per sviluppare nuove soluzioni insieme, costruendo nel tempo un rapporto basato sulla fiducia reciproca, sulla competenza tecnica e sulla capacità di affrontare insieme nuove sfide. Dalle casse ai sistemi a supporto del punto vendita: in quali ambiti IBC affianca oggi Rossetto e come si è evoluta questa collaborazione negli anni? Gli ambiti di collaborazione sono numerosi e riguardano gran parte delle tecnologie che supportano la gestione quotidiana dei nostri punti vendita. IBC ci affianca nei sistemi di cassa e Fastlane (As@R), nei sistemi gestionali operativi dei negozi e in quelli amministrativi e di controllo (JStore), nella gestione della monetica (WinEPTS), nelle piattaforme di Digital Signage (DSStore), nella gestione delle Gift Card e nei sistemi Kiosk dedicati alla gestione delle code. Nel corso degli anni abbiamo inoltre sviluppato insieme diversi progetti sperimentali relativi a nuove tecnologie, tra cui bilance e sistemi di confezionamento. Dal 2026 la collaborazione si è ulteriormente ampliata con la gestione dei servizi di help desk e il controllo delle transazioni relative ai buoni pasto, confermando

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

la capacità di IBC di supportarci anche in attività sempre più strategiche. Competenza, innovazione e continuità: quali ritiene siano i principali punti di forza di IBC che hanno contribuito alla durata di questa collaborazione? Uno degli aspetti che apprezziamo maggiormente è la profonda conoscenza del mercato della Grande Distribuzione Organizzata e dei suoi processi operativi. A questo si aggiungono una forte capacità di sviluppo software interno, una costante propensione all'innovazione e la continuità nell'assistenza tecnica, anche su sistemi installati da molti anni e ancora perfettamente operativi. Un ulteriore valore è rappresentato dalla stabilità del personale tecnico, che consente di mantenere nel tempo competenze, conoscenza dei clienti e qualità del servizio. Infine, riteniamo molto importante l'attenzione che IBC dedica ai rapporti umani: un elemento che negli anni ha contribuito a costruire una collaborazione solida e basata sulla fiducia reciproca. Nuove aperture e investimenti nell'innovazione: quali sono gli obiettivi di sviluppo di Rossetto per i prossimi anni? Il nostro percorso di crescita prosegue con l'apertura di nuovi ipermercati e con il costante investimento nell'innovazione tecnologica. L'obiettivo è introdurre, in ogni nuovo punto vendita, le soluzioni più adatte a supportare il lavoro degli operatori e a migliorare l'esperienza d'acquisto dei nostri clienti, rendendo i negozi sempre più efficienti, moderni e orientati ai nuovi modelli di consumo. Il ruolo di IBC nei progetti futuri: quale ruolo potrà avere IBC nell'accompagnare Rossetto nei futuri progetti di sviluppo? Riteniamo che IBC possa continuare a svolgere un ruolo importante mettendo a disposizione la propria capacità di sperimentare nuove tecnologie e di proporre soluzioni innovative, sempre coerenti con le esigenze del nostro business. Al tempo stesso sarà fondamentale proseguire nel percorso di aggiornamento e ammodernamento continuo delle infrastrutture hardware e software, garantendo stabilità, affidabilità e continuità operativa ai nostri sistemi. Siamo convinti che una collaborazione così consolidata rappresenti un valore aggiunto per affrontare con successo le sfide future della distribuzione moderna. Una partnership proiettata verso il futuro Dopo oltre trent'anni, la collaborazione tra Rossetto Group e IBC continua a evolversi insieme alle trasformazioni della distribuzione moderna. Un percorso nel quale competenza, innovazione e continuità rappresentano i punti di riferimento di una partnership che guarda al futuro, accompagnando la crescita della rete e l'evoluzione tecnologica dei punti vendita.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Cronaca Qui

Concorrenza GDO

MONCALIERI Nel punto vendita hanno trovato lavoro 74 persone

Recupero dell'area ex Dea Aperto il Superstore Pam


Nuovi sentieri e limitazioni di accesso «La "ricetta" per salvare il Monviso»

Rivoli, un "gemello digitale" per lavori pubblici e barriere

Recupero dell'area ex Dea Aperto il Superstore Pam

n Ha aperto ieri in strada Torino 70 il nuovo Superstore Pam di Moncalieri, 2.500 metri quadrati che segnano la rinascita dell'area ex Dea, rimasta inutilizzata per anni.

L'intervento, realizzato con il Comune, ha comportato un investimento di oltre 25 milioni di euro per trasformare la zona in un polo commerciale e di servizi. Il progetto comprende alcune opere pubbliche: mitigazione del rischio idraulico, nuova rotatoria per migliorare l'accesso e interventi sul verde. Nel punto vendita lavorano 74 persone, con reparti organizzati per una spesa semplice e veloce. Per rendere più rapida l'esperienza d'acquisto sono disponibili casse self check out, il servizio Spesa Self tramite app e il programma fedeltà Per Te Plus. Il complesso dispone di 420 posti auto e di un impianto fotovoltaico da 130 kW; otto stalli sono predisposti per future colonnine di ricarica elettrica.

«Restituiamo alla città un complesso riqualificato», commenta Andrea Zoratti, direttore generale Pam Panorama. Soddisfatto anche il sindaco Lorenzo Mauro, che parla di «giornata importante per Moncalieri» e di un'area finalmente recuperata dopo anni di degrado.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Giorno (ed. Lodi-Crema-Pavia)

Concorrenza GDO

Messaggio su un foglio: «Il negozio chiude» Aldi lascia Fiumicello

La catena tedesca dismette uno dei 4 supermercati in città


BERGAMO - BRESCIA
Caravaggio, Sirmione, Treviglio
L'auto esce di strada
Muore bimbo di nove anni
Feriti mamma e fratellino
Si fingono clienti al ristorante e rubano i soldi
Astucci e zaini non a norma Maxi sequestro
Messaggio su un foglio: «Il negozio chiude» Aldi lascia Fiumicello

BRESCIA Chi arriva all'ingresso dell'Aldi di via Nicolini con l'intenzione di far la spesa, ci mette un po' a capire perché le porte scorrevoli non si aprano. La risposta è affidata a un messaggio su un A4: «Gentili clienti, questo negozio chiude il 13 settembre», seguito dall'invito ad andare negli altri tre centri che la catena tedesca ha in città. La chiusura è stata un fulmine a ciel sereno nel quartiere di Fiumicello, dove Aldi era stato aperto nel 2021, diventando il terzo discount in 700 metri. Una concentrazione che aveva destato perplessità per gli effetti sui negozi di vicinato; in realtà la bottega di quartiere ha riaperto, mentre chiude una grande struttura, segno che le dinamiche sono più complesse di quel che appaiono.

Dalla catena tedesca spiegano che «Aldi rappresenta una delle realtà più significative del mercato retail italiano», per cui sono convinti che «per continuare ad essere competitivi e garantire uno sviluppo sano e sostenibile, sia necessario intervenire sulle filiali poco profittevoli che frenano la crescita. Per questo abbiamo deciso di interrompere le attività del negozio di Brescia, in via Nicolini». Non dovrebbero esserci problemi per i lavoratori. «Il personale della filiale - assicurano - verrà assorbito dall'insegna subentrante che ha acquisito il ramo d'azienda o ricollocato in Aldi». L'immobile non resterà vuoto a lungo, ma la chiusura comporta la perdita di un presidio di buon vicinato, visto che pulizia e manutenzione del verde della stradina (privata a uso pubblico) era a carico di Aldi e si era ottenuta l'illuminazione per tutta la notte.

Federica Pacella.

La Provincia di Civitavecchia

Concorrenza GDO

La decisione dopo l'incontro di martedì tra il sindaco Grando e i responsabili del supermercato

Eurospin, di notte niente sosta a tempo

Le nuove regole in vigore dal 1° ottobre sui 60 posti auto di proprietà della società


La decisione dopo l'incontro di martedì tra il sindaco Grando e i responsabili del supermercato
Eurospin, di notte niente sosta a tempo
Le nuove regole in vigore dal 1° ottobre sui 60 posti auto di proprietà della società
«Presto gli appuntamenti saranno riprogrammati»

Parcheggio a tempo sì, ma solo negli orari di apertura del supermercato. Questa la soluzione che comune e Eurospin hanno trovato per il parcheggio del supermercato di via Palo Laziale.

«Il confronto di queste settimane ha consentito di arrivare ad una soluzione che tiene conto delle esigenze dei residenti, dei clienti e dell'attività commerciale, nonché delle diverse caratteristiche delle aree interessate. Il parcheggio è infatti composto da due porzioni distinte. La prima comprende circa 40 posti auto ricadenti nelle aree a destinazione pubblica previste dalla convenzione urbanistica. A seguito della richiesta formulata dal Comune, Eurospin ha confermato che procederà alla formale cessione di tali aree all'Ente.

Questi stalli non sono mai stati ricompresi nel sistema di controllo e resteranno sempre di libera fruizione. Sarà inoltre installata un'adeguata segnaletica per renderli immediatamente riconoscibili e distinguerli dagli altri parcheggi».

Per quanto riguarda invece i restanti 60 posti auto questi «sono invece di proprietà privata e costituiscono parcheggi pertinenziali ad uso pubblico a servizio della struttura commerciale.

È importante precisare che la definizione "ad uso pubblico" non ne modifica la proprietà, che resta privata. Su questi stalli Eurospin ha accolto la proposta dell'Amministrazione comunale: dal 1° ottobre il sistema di controllo sarà operativo esclusivamente durante gli orari di apertura del punto vendita.

Durante la chiusura serale il limite massimo di 90 minuti resterà sospeso».

«Per fare un esempio: se il supermercato fosse aperto dalle 8 alle 21, chi parcheggiasse alle 20 potrebbe lasciare l'auto durante la notte e, avendo utilizzato solo 60 dei 90 minuti consentiti, dovrebbe rimuoverla entro le 8:30 del mattino successivo», spiega il sindaco Alessandro Grando.

«La soluzione individuata consente quindi di garantire la libera fruizione dei circa 40 posti pubblici, assicurare la disponibilità dei parcheggi privati per i clienti durante l'apertura del supermercato e consentirne l'utilizzo ai residenti nelle ore serali e notturne». «Ringrazio l'architetto Vanessa Signore, il Comandante della Polizia Locale Dani«In riferimento alle segnalazioni pervenute in merito alla sospensione di appuntamenti presso il Centro per i Disturbi Cognitivi e le Demenze (CDCD) del Distretto 2, attivo presso la Casa della Comunità di Ladispoli, la ASL Roma 4 desidera esprimere il proprio rammarico per il disagio arrecato agli utenti e alle loro famiglie». Esordisce così in una nota l'azienda sanitaria dopo le tante segnalazioni dei cittadini riguardo agli appuntamenti rinviati per l'assenza di specialisti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Come chiarito proprio dalla nota.

«La temporanea sospensione dell'agenda dedicata alle visite neurologiche è conseguente a un'improvvisa indisponibilità della specialista incaricata del servizio. Nel rilo Virgili e il Segretario Generale, Dott.ssa Pamela Costantini, per il prezioso supporto tecnico fornito in queste settimane - conclude il sindaco Grando - Un ringraziamento anche ai referenti di Eurospin Lazio S.p.A. per la disponibilità e l'atteggiamento costruttivo, grazie ai quali è stato possibile giungere ad una soluzione condivisa che contempera le esigenze dell'attività commerciale con quelle dei cittadini e dei residenti della zona».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Secolo XIX

Concorrenza GDO

Lavoratori in sciopero al market MD di Alessandria


Lavoratori in sciopero al market MD di Alessandria

Alessandria Sciopero con presidio, oggi, dalle 10 alle 13, dei lavoratori del supermercato MD di corso Romita ad Alessandria. Il presidio si terrà nel parcheggio davanti al supermercato. «Lo sciopero è necessario per inderogabili motivi di sicurezza, a seguito di molteplici segnalazioni relative ad aggressioni ai dipendenti avvenute negli ultimi mesi», dice Angela Haruni, della UilTucs di Alessandria.

«La città di Alessandria - aggiunge Haruni - sta vivendo un particolare periodo di situazioni gravissime legate a fatti di violenza, in particolare e soprattutto nei luoghi di lavoro del settore. Nonostante le continue richieste della UilTucs per ottenere interventi concreti e costanti a tutela delle lavoratrici e dei lavoratori, l'azienda continua a fare piccoli interventi che reputiamo non sufficienti allo scopo».

L'azienda - accusano inoltre i sindacati - avrebbe negato la possibilità di svolgere nei propri negozi le assemblee dei lavoratori.

- © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Sabato Sera (ed. Imola)

Concorrenza GDO

Piace anche ai big della grande distribuzione. A Imola interessati in 50

Crisi Realco: una «solidarietà di sistema» è la proposta per ricollocare i lavoratori

ALESSANDRA TESTA


sabato sera
Economia
L'accordo per lavoro, clima ed economia sociale
Il Patto regionale: cosa cambia per noi
Piace anche ai big della grande distribuzione. A Imola interessati in 50
Crisi Realco: una «solidarietà di sistema» è la proposta per ricollocare i lavoratori
«Aldo Villa» a Mongardi e Bolognesi, il premio del mondo della ceramica

Una «solidarietà di sistema» sulle linee del nuovo Patto per il lavoro, per il clima e per l'economia sociale siglato proprio in Regione martedì. È questa la base della proposta lanciata da Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl e Uiltucs-Uil, per i lavoratori dei supermercati Realco (e connessi) rimasti esclusi dall'asta di agosto, che ha trovato una soluzione solo per 23 punti vendita. E i principali colossi del settore grande distribuzione e logistica - Aspiag, Coop Alleanza 3.0, Conad ed Md - si sono detti pronti a creare un bacino regionale per ricollocare il personale, supportati da formazione e strumenti messi a disposizione dell'Agenzia regionale per il lavoro.

punta a risolvere la situazione di 250 lavoratori ancora senza occupazione a livello regionale, rispetto ai 1.500 iniziali (poi occorrerà capire cosa significa sui territori). Nell'imolese sono 17 i dipendenti Realco-Gedis coinvolti, a cui si aggiungono i 33 della parallela vertenza Manzini. Dai sindacati territoriali l'auspicio è che si riescano a implementare tutti gli strumenti, anche innovativi, per aiutare il personale, con la specifi ca che la procedura Realco non è la medesima dei lavoratori Manzini, sebbene ne subisca un rifl esso.

«Siamo sulla buona strada, ora facciamo l'ultimo passo perché nessuno sia lasciato indietro» ha commentato l'assessore Paglia. «Abbiamo verifi cato la disponibilità dei principali attori della grande distribuzione organizzata e delle associazioni a essere parte attiva. Questo passaggio dimostra la vitalità del tessuto economico e la tenuta delle relazioni istituzionali. La Regione realizzerà una banca dati e off rirà formazione per colmare le distanze fra opportunità e competenze».

Nel frattempo sono partite le prime raccomandate per l'insinuazione al passivo, cruciale per la tutela dei crediti dei lavoratori coinvolti (con l'invito a rivolgersi alle sedi sindacali per l'assistenza legale).

Ma per i singoli supermercati il destino è ancora incerto Per Imola non c'è solo il problema occupazionale. Md ha acquistato nell'asta di agosto solo l'immobile di via Punta (Pam-Manzini) per 2,63 milioni di euro. Sono rimasti invenduti gli altri quattro supermercati: i Sigma di via Baruzzi in Pedagna e di via Villa a Zolino, l'Ecu di via San Francesco ai Cappuccini e il Pam (Manzini) di via Di Vittorio. I commissari giudiziari hanno escluso nuove gare e previsto manifestazioni di interesse libere per future acquisizioni. C'è ancora da attendere, quindi, per capire se e quando riapriranno quei supermercati.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)

Concorrenza GDO

La decisione dell'azienda è stata confermata dal giudice del lavoro

Ruba sei confezioni di crema nel magazzino: licenziato operaio

Valore


COMPRENSORIO DEL CUOIO

La decisione dell'azienda è stata confermata dal giudice del lavoro

Ruba sei confezioni di crema nel magazzino: licenziato operaio

Scuola, Mini contro il provveditore «Sia inclusiva ma non multiculturale»

Il sindaco di Castelfranco. «No ai messaggi politici o ideologici»

Sicurezza stradale, interventi sulla segnaletica

Montopoli Sei confezioni di crema per i piedi, del valore di poche decine di euro: sono state quelle che hanno portato al licenziamento di un operaio che lavorava per un'azienda di logistica nella zona industriale di Montopoli, per conto della Conad. Un provvedimento che è stato confermato anche da una sentenza del giudice del lavoro di Pisa.

La vicenda risale al maggio 2023, quando l'operaio era addetto a prelevare e riporre i prodotti sugli scaffali del magazzino. Alla fine del turno di lavoro l'uomo, mentre passa attraverso i tornelli, viene fermato dal personale della sicurezza e trovato in possesso - si legge nella contestazione disciplinare - di oggetti «occultati all'interno del giubbotto».

Un controllo che non era stato casuale: a mettere la pulce nell'orecchio della vigilanza, infatti, era stato un coordinatore che aveva visto l'operaio, anziché andare in pausa, recarsi al magazzino e prelevare le sei confezioni di crema che poi, più tardi, avrebbe inserito nella tasca del giacchetto. A quel punto erano stati chiamati i carabinieri e , qualche settimana più tardi, nei confronti dell'operaio era partito il provvedimento di licenziamento per giusta causa.

Del tutto diversa è stata inLa stima del prezzo totale della merce sottratta è di 30 euro vece la ricostruzione del dipendente, che ha raccontato di aver raccolto le confezioni per terra, lungo il corridoio: probabilmente - ha detto - erano cadute durante il trasporto e insieme a loro c'erano anche generi alimentari. Mentre questi ultimi erano stati rimessi subito al loro posto, le creme - ha detto l'operaio - erano finite nel giacchetto con l'intenzione di sistemarle successivamente, salvo poi dimenticarsene.

Il giudice, nella sua sentenza, ha accolto la tesi dell'azienda. E lo ha fatto basandosi soprattutto sulla già ricordata testimonianza del responsabile del magazzino, unico testimone oculare di quanto accaduto. Una testimonianza confortata anche da quelle di altre due persone che hanno poi trovato l'operaio in possesso delle confezioni che erano custodite nel magazzino. Inoltre, ha scritto il giudice, le modalità di confezionamento della crema «rendono del tutto inverosimile» la versione dei fatti proposta dal lavoratore: «Non è possibile che siano cadute sei scatole di crema, perché sono sempre contenute in una scatola più grande. Se fosse caduta la scatola più grande, aprendosi, oltre alle creme ci sarebbe stata anche la scatola. Quindi trovandole, sarebbe stato naturale riporre le singole confezioni di crema all'interno della scatola che le conteneva».

Inoltre, prosegue il giudice, è inverosimile anche il fatto che si sia dimenticato della presenza delle confezioni nel giubbotto, visto che il peso sarebbe stato limitato, ma l'ingombro comunque ben percepibile. Infine, al momento del controllo in portineria, l'uomo non avrebbe mai raccontato di essersi dimenticate

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno (ed. Pisa-Pontedera-Empoli)

Concorrenza GDO

le confezioni in attesa di riporle sullo scaffale ma, anzi, aveva «tenuto un atteggiamento remissivo, con il comportamento di chi ha commesso un grave errore, è stato scoperto e spera che le conseguenze del suo operato non siano particolarmente negative per sé». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

L'Istat: inflazione al 3,3%. Gli esperti: la colpa è dei rincari del petrolio

L'energia spinge i prezzi e Giorgetti lancia l'allarme "La situazione peggiora"

Giovanni Turi


L'Istat: inflazione al 3,3%. Gli esperti: la colpa è dei rincari del petrolio

L'energia spinge i prezzi e Giorgetti lancia l'allarme "La situazione peggiora"

Giovanni Turi Il rincaro dell'energia infiamma i prezzi in Italia. E «la situazione sta peggiorando», dice senza indugio il ministro dell'Economia, Giancarlo Giorgetti. L'impennata dei costi figlia del conflitto mediorientale è un tema bollente.

Tanto che ne «parleremo all'Ecofin di Dublino» di domani, aggiunge il numero uno di Via XX Settembre. Sul banco c'è ancora la lettera datata 22 agosto inviata a Bruxelles dallo stesso Giorgetti e dagli omologhi di Germania, Spagna, Portogallo, Austria e Polonia. Richiesta alla presidenza di turno irlandese: «Un approccio comune» su conflitto e problemi di forniture. Con anche ricorso a una tassa sugli extraprofitti energetici. «Rapidamente si uniranno altri» Paesi dell'Unione, sostiene Giorgetti. La strada è, però, in salita. Soprattutto perché ieri è uscito il fardello sui prezzi innescato dalle batoste benzina, gasolio e gas.

Ad agosto l'Istat restituisce un'inflazione su base annua salita al 3,3% - dal 2,9% del mese precedente -. La miccia sono, per l'appunto, i beni energetici, in crescita al 17,1% (contro l'11,6% di luglio). Snocciolando il paniere: incremento dei regolamentati (+3% in un mese, ora a +18,6%), con accelerata dei prezzi di gas di città e quello naturale sul mercato tutelato (+6,2% su luglio). E in particolare dei non regolamentati, dove finiscono attenzionati gasolio per il riscaldamento, quello per i mezzi di trasporto e benzina. Rispettivamente, un balzo del 10,7, 5,2 e 6,3 punti percentuali rispetto al mese precedente. Stabile l'elettricità sul mercato tutelato su base congiunturale. Mentre in quello libero c'è il salto dal 13,9% al 18,9%.

«Siamo ancora lontanissimi dalle cifre del 2022 - sottolinea Davide Tabarelli, presidente di Nomisma Energia -.

Ma i prezzi stanno aumentando e forse saliranno ancora».

Un ricordo della guerra russo-ucraina, però, riaffiora: ieri il diesel alla pompa era a 2,246 euro al litro, quasi due centesimi sopra il precedente massimo di 2,229 euro del 17 marzo 2022. Benzina, invece, a 2,132 euro al litro. Il generale salto all'insù deriva «dal prezzo del petrolio», chiarisce Alessandro Lanza, direttore esecutivo della Fondazione Eni Enrico Mattei. Una variabile su cui pesano «gli attacchi ad alcuni impianti strategici sauditi». Da ultimo, l'oleodotto Est-Ovest che vale il 4% dell'offerta globale di greggio. Secondo Bloomberg, Saudi Aramco sarebbe al lavoro per ripristinare metà della sua capacità entro pochi giorni.

Le stime più rassicuranti parlano di minimo tre settimane per metterlo a posto.

Dopo giorni di rally, ieri Brent e Wti hanno tirato il fiato, pur restando sopra i 100 dollari al barile.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

E mostrano un +55% da un anno a questa parte. Anche perché c'è un altro punto: le scorte mondiali stanno andando a picco. Gli Usa sono scesi al livello più basso degli ultimi 40 anni. E si avvicinano a una soglia critica. Anche la Cina ha toccato livelli record: future a Shanghai a 129 dollari al barile, +14% in una sola settimana.

«Una riduzione di disponibilità fisica delle forniture può comportare problemi seri - dice Lanza -. La speranza è che le acque si calmino, anche se la variabile Trump rende tutto ancor più imprevedibile». Un discorso valido anche per il gas. «In Italia siamo messi bene in termini di scorte - evidenzia Tabarelli -, ma quelle europee sono basse in maniera preoccupante: il 68% contro l'81% dell'anno scorso».

I prezzi si distinguono tra mercato libero e tutelato. Quest'ultimo riservato a famiglie più vulnerabili. «Oltre metà delle famiglie sul mercato libero ha un contratto a prezzo fisso - spiega Simona Benedettini, ceo e fondatrice di Race Consulting -. Ciò significa che sono protette dalle variazioni dei prezzi dell'energia elettrica all'ingrosso che, occorre ricordare, rappresentano solo una delle componenti della bolletta». E chi ha il variabile?

«Risentirà maggiormente della volatilità. I dati Istat mostrano, però, che la variazione congiunturale dei prezzi dell'elettricità sul mercato libero è stata molto contenuta.

Segnalando, quindi, che anche i contratti a prezzo variabile hanno subito un impatto assai limitato. Gli stessi dati mostrano che la spinta inflattiva è stata determinata soprattutto dai carburanti». «Se questa diventa la nuova normalità, non possiamo che abbassare i consumi - rimarca Carlo Stagnaro, direttore delle ricerche dell'Istituto Bruno Leoni -. In Europa stiamo riducendo abbastanza significativamente i consumi di gas su base annua grazie alle rinnovabili e a un uso inferiore per il riscaldamento. In quest'ultimo caso, c'è la sostituzione con le pompe di calore e la variabile climatica. Ovvero, gli inverni hanno temperature più alte rispetto alla media storica. E tale elemento è una scommessa su cui i governi Ue stanno puntando sul fronte energetico».

L'elettricità, d'altra parte, «ha limitato l'impatto sui prezzi della crisi di Hormuz meglio di altri comparti», afferma Elettricità Futura, associazione del settore aderente a Confindustria. Che aggiunta: «Nei casi di contratti indicizzati, la famiglia media (con un consumo di 2 megawattora l'anno) vede gli aumenti limitati a circa 35 centesimi al giorno». D'altro tenore le associazioni di consumatori. «Il peggio deve ancora venire - avvisa il Codacons -. L'escalation senza sosta dei listini alla pompa di benzina e le quotazioni dell'energia in forte rialzo faranno sentire i loro effetti sui prezzi al dettaglio». Per Massimiliano Dona, presidente dell'Unione nazionale consumatori, «si prospetta un autunno caldo» sui prezzi: «Senza un intervento immediato del governo che raddoppi lo sconto sulle accise del gasolio, intervenga sulla benzina, azzeri gli oneri di sistema sulle bollette e riduca l'Iva sul gas al 5%, andrà tutto fuori controllo». Un taglio delle accise esteso a chiunque che Benedettini considera «un'allocazione inefficiente di risorse pubbliche. L'efficacia dell'intervento va massimizzata destinando la misure a meno abbienti». - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino

Economia, consumi e società

L'inflazione sale ancora Spese, bollette e risparmi Una stangata da 1.500 euro

I prezzi aumentano del 3,3% rispetto al 2025, famiglie con figli le più colpite L'elettricità sul mercato libero ha registrato una crescita del 18,6%



di Antonio Troise ROMA L'inflazione torna a mordere.

Ad agosto i prezzi al consumo sono aumentati dello 0,5% rispetto a luglio e del 3,3% su base annua, contro il 2,9% del mese precedente. Un'accelerazione che rischia di pesare soprattutto sulle famiglie con redditi più bassi e con una maggiore incidenza delle spese incomprimibili. Non a caso l'inflazione è chiamata dagli economisti «la tassa più ingiusta». A spingere l'indice sono soprattutto i prezzi dell'energia. Gli energetici regolamentati accelerano dal 14,8 al 18,6%, mentre quelli non regolamentati passano dall'11,4 al 17%.

Crescono anche i beni durevoli e, sia pure in misura più contenuta, gli alimentari non lavorati.

L'inflazione di fondo, depurata da energia e alimentari freschi, scende invece leggermente dall'1,6 all'1,5%: un segnale che conferma come la nuova fiammata sia legata in larga parte allo shock energetico. Ma che cosa significa, per le nostre tasche, il ritorno dell'inflazione?

Il dato più significativo arriva dai prodotti acquistati più frequentemente. La loro inflazione sale infatti dal 3,4 al 4,3%. È proprio qui che il rialzo dei prezzi è percepito più direttamente, perché riguarda beni e servizi che entrano ogni giorno nel carrello delle famiglie. Secondo il Codacons, un'inflazione al 3,3%, a parità di consumi, determina per una famiglia tipo un aumento teorico della spesa di 1.091 euro l'anno, che sale fino a 1.507 euro per un nucleo con due figli. Il potere d'acquisto si restringe Il primo effetto dell'inflazione è la perdita di potere d'acquisto. Se stipendi e pensioni non aumentano allo stesso ritmo dei prezzi, con lo stesso reddito si riesce ad acquistare una quantità inferiore di beni e servizi. Il problema diventa particolarmente rilevante quando i rincari si concentrano su energia, alimentari e trasporti, voci difficili da comprimere. E quando il costo della vita cresce più rapidamente delle entrate, la prima risposta è spesso la riduzione dei consumi discrezionali; successivamente può diventare necessario attingere ai risparmi.

L'incognita principale resta l'energia. Secondo il Codacons, nell'ultimo mese l'elettricità sul mercato libero avrebbe registrato un aumento del 18,6% e il gas dell'11,3%, mentre sul mercato tutelato gli incrementi indicati sono del 9,7% per la luce e del 31% per il gas. Il vero banco di prova arriverà con l'autunno, quando aumenteranno i consumi domestici. Ma il rincaro dell'energia può produrre effetti anche indiretti: maggiori costi per le imprese, dalla produzione ai trasporti, possono infatti trasferirsi progressivamente sui prezzi finali di beni e servizi. L'inflazione erode anche il valore reale dei risparmi. Le somme lasciate ferme mantengono il loro valore nominale, ma consentono di comprare meno rispetto

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

al passato. Anche gli investimenti a rendimento fisso possono perdere capacità di proteggere il capitale se il rendimento resta inferiore alla crescita dei prezzi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino

Economia, consumi e società

L'agonia del commercio nelle città «Zone franche al sicuro dai turisti»

L'analisi dell'economista: la domanda è cambiata, chi arriva da fuori cerca soprattutto cibo e souvenir «È il trionfo dell'omologazione. Non resta che salvare le aree non ancora toccate dai grandi flussi»


CENTRI STORICI
Incubo desertificazione

L'agonia del commercio nelle città
«Zone franche al sicuro dai turisti»

Serrande abbassate

di Luca Dondi dall'Orologio * BOLOGNA A Bologna, come in altre grandi città del Paese, l'agonia del piccolo commercio incede silenziosa nell'indifferenza generale. E dire che il proliferare di spazi liberi e cambi di insegna non può passare inosservato, come il lamento che di tanto in tanto si leva flebile per salutare l'ennesima bottega storica caduta sul campo, ma evidentemente si preferisce non affrontare un problema che ha le fattezze del rompicapo.

Ammaccato della grande distribuzione commerciale e dalle sue tante stagioni di fulgore, prostrato dalle stagioni pandemiche, oggi il cosiddetto commercio di prossimità si trova ad affrontare, specie nei centri storici, la prova più dura, quella del turismo e dei suoi impatti. Il massiccio afflusso degli ultimi anni se, da un lato, ha avuto effetti benefici complessivi sulle economie locali, dall'altro, ne ha modificato geografie e assetti.

L'idea secondo cui il turismo aggiunge e non sostituisce si è rivelata ben presto fallace, rivelando l'inerzia di un'impostazione che ancora confida nell'autoregolamentazione del mercato. Lo stucchevole dibattito che ne è conseguito di gaberiana memoria, se la collocazione ideale del turismo sia a destra o sinistra, rivela per l'ennesima volta l'incapacità di una seria riflessione sulle cause dei fenomeni e sui correttivi da apportare.

Quantità e composizione della domanda hanno effetti inevitabilmente stravolgenti sul sistema di offerta, sarebbe sufficiente un'osservazione di qualche ora in una delle vie del centro per comprendere la sproporzione delle forze in campo.

Il turismo di massa si muove su rotaie figurate, rappresentate da guide e recensioni altrui, che modificano la conformazione dei luoghi, inducendo in tanti la tentazione di iscriversi alla lotteria "vendi al turista" per aprire un'attività commerciale. E al turista si vende quasi sempre un pasto o un ricordo, in un trionfo di omologazione e banalizzazione, con sapori simili e ormai distanti dall'originale. È evidente che dove passa quel "treno" non sia possibile alcun tipo di coesistenza e che l'unica azione sia una tardiva salvaguardia del decoro di luoghi e preparazioni tipiche.

C'è però una fetta ancora ampia di angoli di città non recensiti, in cui il turista solo di rado si addentra perché manchevoli di menzioni nelle guide, da cui si potrebbe provare a ripartire, creando zone franche urbane, dove le regole di residenzialità e commercio sono ferree e chi entra è chiamato al rispetto delle abitudini locali. Una sorta di laboratorio sperimentale per creare condizioni di vicinato

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

non belligerante tra le componenti, senza la possibilità di un effettivo mescolamento. La massificazione della destinazione è ormai nei fatti ed è irreversibile, occorre capire se continuare a rimanere spettatori o se, finalmente, provare a giocare una parte in commedia.

* Economista.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Caro carburanti

Accise, taglio a tappe da domani sconto sul diesel da 12,2 cent

Dal 26 settembre al 5 ottobre riduzione di 6,1 centesimi Poi tornano le accise mobili

Lorenzo Pace


Primo Piano
Le scelte del Governo

150 milioni

3,3%

Via il bollo 2027 a 14,5 milioni di veicoli, risparmi fino 240 euro

Accise, taglio a tappe da domani sconto sul diesel da 12,2 cent

Dalla vecchia Panda alla nuova Clio: ecco chi non paga la tassa di possesso

70%

ROMA Due finestre temporali, due sconti diversi. È così che il Governo ha disegnato il calendario dei prossimi venti giorni di taglio sulle accise del gasolio nel nono decreto legge contro il caro carburanti approvato ieri pomeriggio in Consiglio dei ministri. Si tratta in realtà del sedicesimo provvedimento dall'inizio della crisi energetica per il blocco dello Stretto di Hormuz, dato che sono stati messi in campo anche altri sette decreti interministeriali per attivare il meccanismo delle "accise mobili".

Le novità partiranno domani.

Perché lo sconto attualmente in vigore - 17,1 centesimi al litro sul diesel - scadrà alla mezzanotte di oggi. Da domani inizierà la nuova sforbiciata, ridotta a 12,2 centesimi al litro (considerando anche l'Iva), che durerà una settimana. La seconda tappa, infatti, prenderà il via il 26 settembre, con il taglio che verrà dimezzato a 6,1 centesimi al litro fino al 5 ottobre. Un doppio giro che secondo i tecnici del Governo pesa per le casse dello Stato 111,8 milioni di euro nel 2026 (più altri 1,2 milioni per il 2028). In questo modo, il conto complessivo arriva a sfiorare 2,3 miliardi.

Il totale, però, è destinato a crescere ancora. Anche perché accenni di tregua in Iran non se ne vedono e la situazione, di riflesso, resta tesa sia per quanto riguarda le quotazioni del petrolio, con il Brent ormai stabile sopra i 100 dollari al barile, sia per i listini di benzina e gasolio. La verde, infatti, ha superato 2,132 euro al litro e si avvicina al massimo storico di quattro anni fa (2,184 euro), raggiunto dopo l'inizio della guerra russo-ucraina. Discorso diverso per il diesel, che ogni giorno tocca nuove vette (ieri era a 2,246 euro) e che è destinato ad aumentare ancora, di circa cinque centesimi al litro, a causa dello sconto più leggero.

È per questo che nella conferenza stampa di ieri la premier Giorgia Meloni ha annunciato che il Governo tornerà a sfruttare il meccanismo delle "accise mobili" a inizio ottobre, utilizzando dunque l'extragettito Iva di settembre che verrà contabilizzato proprio in quei giorni.

Ma non c'è soltanto il conto del taglio accise a pesare nei bilanci pubblici. Perché al tetto di spesa per il caro carburanti vanno aggiunti gli aiuti settoriali, che spingono ulteriormente in alto il totale. Tra pesca e agricoltura sono stati stanziati 140 milioni di euro durante i primi mesi di guerra. Diverso il caso del fondo per gli autotrasportatori, categoria che sconta il caro gasolio anche sui costi di trasporto merci e che, se non sostenuta, finisce per scaricare l'aumento sui prezzi al consumo finale. Per questo settore gli aiuti sono aumentati più volte e, infatti, il decreto di ieri ha prorogato da settembre a ottobre la finestra di operatività della misura e incrementa la relativa autorizzazione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di spesa di altri 21,2 milioni di euro per il 2026: il fondo passa così dai 413,6 milioni già stanziati a 434,8 milioni complessivi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

gdonews.it

Innovazione e mondo digitale

Meta Business Agent: WhatsApp entra nell'era degli AI Agent. Cosa cambia per il Retail

L'Intelligenza Artificiale sta entrando in una nuova fase. Dopo gli assistenti virtuali capaci di rispondere alle domande degli utenti e la Generative AI utilizzata per creare contenuti e personalizzare le comunicazioni, l'attenzione si sta spostando sugli AI Agent: sistemi in grado non soltanto di conversare, ma anche di comprendere un obiettivo, utilizzare informazioni e strumenti



L'Intelligenza Artificiale sta entrando in una nuova fase. Dopo gli assistenti virtuali capaci di rispondere alle domande degli utenti e la Generative AI utilizzata per creare contenuti e personalizzare le comunicazioni, l'attenzione si sta spostando sugli AI Agent : sistemi in grado non soltanto di conversare, ma anche di comprendere un obiettivo, utilizzare informazioni e strumenti aziendali e compiere azioni per raggiungerlo. Un'evoluzione particolarmente rilevante per il Retail, dove la customer journey è sempre più distribuita tra ricerca online, eCommerce, punto vendita, programmi loyalty, customer care e canali di messaggistica. Il fenomeno inizia a essere visibile anche nella GDO. Secondo il State of Grocery Europe 2026 di McKinsey , circa il 12% dei consumatori ha già utilizzato l'AI durante il percorso di acquisto grocery . Tra questi early adopter, il 40% la usa per creare meal plan, il 37% per cercare prodotti specifici e il 36% per trovare prezzi migliori o ricette coerenti con le proprie preferenze. Ed è in questo scenario che si inserisce una delle novità più interessanti annunciate recentemente da Meta: Meta Business Agent . Da chatbot ad AI Agent: cosa cambia Il 3 giugno 2026 Meta ha annunciato l'espansione globale di Meta Business Agent , il proprio agente AI pensato per consentire alle aziende di gestire e personalizzare le interazioni con i clienti attraverso WhatsApp, Messenger e Instagram. La scala del fenomeno è già significativa. Secondo Meta, oltre un milione di aziende utilizza già un Meta Business Agent su WhatsApp e Messenger , mentre ogni giorno vengono registrati più di un miliardo di thread attivi tra persone e aziende complessivamente su WhatsApp, Messenger e Instagram. Ma la novità non consiste semplicemente nell'introdurre un chatbot più evoluto. La differenza fondamentale è nel passaggio dal rispondere al fare . Un chatbot tradizionale segue generalmente flussi predefiniti oppure interviene su richieste circoscritte. Un AI Agent può invece comprendere il contesto della conversazione, accedere alle informazioni dell'azienda e accompagnare il cliente verso un risultato. Meta Business Agent può, ad esempio, rispondere a domande specifiche, formulare raccomandazioni a partire dal catalogo prodotti, qualificare lead, prenotare appuntamenti, supportare il processo di vendita e stabilire quando sia necessario trasferire la conversazione a un operatore umano. Meta indica inoltre che l'agente può arrivare a supportare direttamente la chiusura della vendita. Per le organizzazioni più strutturate è stata introdotta anche la Meta Business Agent Platform , attraverso cui gli agenti possono collegarsi a centinaia di sistemi esterni, tra cui Shopify, per compiere azioni utilizzando l'infrastruttura aziendale, con controlli, guardrail e strumenti di

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

misurazione dedicati. Cosa significa per Retail e GDO Per retailer e insegne della GDO, la conseguenza più interessante è che WhatsApp può progressivamente evolvere da semplice canale di comunicazione a interfaccia attraverso cui svolgere una parte della customer journey . Immaginiamo, ad esempio, un cliente che scrive: 'Avete ancora disponibile questo prodotto nel punto vendita vicino a casa mia?' L'agente potrebbe interpretare la richiesta, utilizzare le informazioni messe a disposizione dall'azienda, fornire indicazioni sul prodotto e proporre un'alternativa coerente con le esigenze espresse. Oppure un consumatore potrebbe chiedere: 'Cerco una crema per pelle sensibile sotto i 30 euro.' Invece di indirizzarlo verso una pagina generica dell'eCommerce, l'AI potrebbe partire dalla conversazione per restringere la scelta e proporre prodotti pertinenti presenti nel catalogo. Lo stesso modello può estendersi al post-vendita : verificare lo stato di un ordine, ricevere informazioni sulla consegna, risolvere una richiesta frequente oppure passare la conversazione a un operatore quando la situazione richiede un intervento umano. Il valore, quindi, non risiede soltanto nell'automazione del customer care. È la possibilità di rendere la conversazione parte integrante del percorso d'acquisto. È un'evoluzione che si inserisce nel più ampio sviluppo della WhatsApp Business Platform , attraverso cui aziende strutturate possono integrare il canale con piattaforme e processi aziendali, automatizzare conversazioni e gestire customer journey più articolate. Dalla personalizzazione alla conversazione one-to-one La direzione è coerente con un'altra trasformazione già in corso nel Retail: la crescente aspettativa di esperienze personalizzate. Secondo McKinsey , il 71% dei consumatori si aspetta interazioni personalizzate dalle aziende , mentre il 76% manifesta frustrazione quando queste aspettative non vengono soddisfatte. Finora la personalizzazione ha riguardato soprattutto raccomandazioni, campagne, promozioni e contenuti. Gli AI Agent aggiungono una nuova dimensione: la capacità di adattare l'esperienza durante una conversazione , sulla base della richiesta che il cliente sta formulando in quel preciso momento. Per un Marketing Director o un Customer Journey Manager questo significa iniziare a ragionare non solo su quale messaggio inviare al cliente , ma su quale esperienza permettergli di costruire attraverso il dialogo . Una campagna personalizzata parte prevalentemente dalle informazioni che il brand possiede sul consumatore. Una conversazione può invece aggiungere a questi dati ciò che il cliente sta dichiarando in tempo reale: cosa cerca, quale problema vuole risolvere, quali caratteristiche considera importanti e quale azione intende compiere. L'AI Agent non elimina i touchpoint: li collega L'arrivo degli agenti AI non significa però che l'intera customer journey debba trasferirsi all'interno di WhatsApp. Nel Retail continueranno a convivere punto vendita, sito, app, eCommerce, email, SMS, RCS, social network e assistenza umana. La sfida sarà evitare che l'AI Agent diventi un nuovo silo . Se un cliente comunica una preferenza durante una conversazione WhatsApp, quell'informazione acquisisce molto più valore quando può entrare a far parte della conoscenza complessiva del cliente. Allo stesso modo, una conversazione iniziata con un agente può diventare più efficace se riesce a tenere conto, dove possibile e nel rispetto delle regole applicabili sul trattamento dei dati, dello storico delle interazioni, del programma loyalty o dello stato di un ordine. È quindi

l' orchestrazione tra AI, dati, sistemi aziendali e canali di comunicazione a determinare il vero valore della tecnologia. Dall'omnicanalità all'agentic commerce Siamo ancora nelle prime fasi di questa evoluzione, ma la direzione è già visibile. McKinsey utilizza il termine agentic commerce per descrivere uno scenario nel quale gli agenti AI intervengono progressivamente nel percorso di acquisto: dall'identificazione di un bisogno alla ricerca di prodotti, dal confronto delle alternative fino, potenzialmente, all'esecuzione della transazione. Secondo le sue stime, entro il 2030 gli AI Agent potrebbero mediare tra 3.000 e 5.000 miliardi di dollari di commercio B2C globale . Per la GDO questa trasformazione presenta caratteristiche particolari. Il grocery è infatti caratterizzato da acquisti frequenti, carrelli complessi e un elevato numero di prodotti a basso valore unitario. McKinsey prevede quindi un'adozione più graduale rispetto a categorie come fashion ed elettronica, ma identifica già scenari che vanno dalla creazione automatica della lista della spesa al confronto tra prezzi e promozioni, fino alla costruzione di carrelli pronti all'acquisto. Per Retail e GDO, dunque, questa evoluzione non rende meno importante la progettazione della customer journey. Al contrario, ne aumenta la complessità. Progettare esperienze efficaci significherà decidere dove lasciare autonomia all'AI, quali informazioni renderle disponibili, quando coinvolgere una persona e come collegare la conversazione agli altri touchpoint del brand . È questo il salto introdotto da tecnologie come Meta Business Agent: WhatsApp non è più soltanto il luogo in cui azienda e cliente si scambiano messaggi. Può diventare uno degli ambienti in cui il cliente cerca, sceglie, riceve assistenza e compie azioni. Per i retailer, la domanda non sarà quindi soltanto come utilizzare l'AI per rispondere più velocemente, ma come integrarla in una customer journey realmente omnicanale, coerente e orientata al cliente . Vuoi capire come integrare WhatsApp, Intelligenza Artificiale e conversational messaging nella customer journey del tuo brand? CONTATTA LINK MOBILITY

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

L'intervista. Luca Rossi. Il presidente della divisione smart device di Lenovo delinea gli scenari dell'economia digitale e dell'industria hardware

Luca Rossi - Addio alle app: il futuro è dialogare con Personal AI

Luca Tremolada


Addio alle app: il futuro è dialogare con Personal AI

Siamo nel pieno di una transizione epocale, definita da molti come la quarta rivoluzione industriale o addirittura come un salto evolutivo dell'Homo Sapiens.

Come vive questa trasformazione chi progetta e produce i dispositivi di elettronica di consumo che entreranno nelle nostre case e in azienda?

Luca Rossi fa esattamente questo, come presidente della divisione smart device di Lenovo ha tra i suoi compiti quello di capire dove sta andando il mondo dei dispositivi digitali, quale ruolo giocherà l'intelligenza artificiale e quali ostacoli economici attendono il settore.

«Negli ultimi due o tre anni - spiega al Sole 24 Ore - siamo passati dalla logica tradizionale - fare dispositivi validi presi singolarmente - al portare l'intelligenza artificiale su tutti i device dell'utente. Il traguardo più avanzato è realizzare ciò che noi chiamiamo Personal AI.

Un'intelligenza davvero tua, in cui i dati ti appartengono e dove sei tu a decidere lo spettro dei dispositivi e il livello di interazione con il cloud.

Sei tu a stabilire cosa delegare all'esterno e cosa trattenere sul dispositivo in base all'applicazione e alla tua sensibilità sulla privacy. È un cambio di paradigma: tra qualche anno non parleremo più del singolo device, ma della nostra Personal AI».

Cosa dobbiamo aspettarci che sparisca nel giro dei prossimi due o quattro anni?

«Il cambiamento strutturale più profondo riguarderà il passaggio a un computing focalizzato sull'intento dell'utente. Oggi siamo ancorati a uno schema mentale consolidato in decenni: se dobbiamo redigere un testo, pensiamo ad aprire un programma di videoscrittura e iniziare a digitare. Questo meccanismo cambierà radicalmente.

L'applicazione per come la conosciamo tenderà a sparire. Ci sarà solo l'obiettivo: dialogherai con la tua Personal AI e sarà lei a generare il task e a produrre il documento, bypassando completamente l'intermediazione delle app tradizionali».

Cosa accadrà invece alle grandi software house se l'utente cercherà solo il risultato e non più l'applicativo?

«È in corso una forte disruption. Le software house rischiano di perdere terreno nella catena del

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

valore se non riescono a posizionarsi all'interno di questa nuova dinamica; difficilmente l'utente uscirà per "acquistare" un software specifico. Gli hyperscaler acquisiranno ancora più peso, mentre noi produttori di hardware ed ecosistemi completi avremo un ruolo sempre più strategico. Chi possiede solo il Pc o solo lo smartphone avrà un problema: bisogna coprire l'intera giornata della persona. Per questo stiamo investendo massicciamente su orologi, occhiali, prototipi di collane intelligenti e wearable di ogni tipo».

All'orizzonte si intravedono colli di bottiglia: rincari delle memorie e tensioni sui semiconduttori. Quanto peserà questo fattore sui prezzi e sul mercato?

«L'industria delle memorie e dei semiconduttori è storicamente ciclica, ma questa volta la forbice tra domanda e offerta è straordinariamente ampia. C'è la corsa alle infrastrutture degli hyperscaler, c'è la spinta per l'intelligenza artificiale sovrana dei singoli Stati e ci sono le aziende che costruiscono server on-premise. I produttori di memorie stanno registrando profitti record dopo le pesanti perdite del 2022-2023. Non vedo alcuna possibilità che i prezzi delle memorie scendano nei prossimi 12-18 mesi; al massimo ci sarà una parziale mitigazione verso il 2028-2029 con le nuove fabbriche. Lo stesso vale per i semiconduttori di punta a 2, 3 o 4 nanometri, controllati da un vero e proprio oligopolio». Questo scenario frenerà le vendite di Pc e smartphone? «Sì, l'impatto sulla domanda c'è. Dopo 18-24 mesi molto positivi, il mercato mostra segnali di rallentamento che potrebbero protrarsi per i prossimi due, tre o quattro trimestri, con contrazioni che a livello geografico possono toccare anche il 20 per cento. Lenovo cresce da 12 trimestri consecutivi al di sopra del mercato e continueremo a navigare la situazione con realismo, mentre per player più piccoli l'impatto sarà più duro. Questo contesto, però, non spegne affatto il nostro entusiasmo nell'innovare, anzi lo moltiplica. C'è un tema economico fondamentale che sta emergendo: la cosiddetta tokenomics. La fase dei token gratuiti o degli abbonamenti a 20 dollari - spesso in perdita per i fornitori cloud - sta volgendo al termine. La prossima grande ondata premierà i dispositivi capaci di elaborare compiti di inferenza direttamente on-device, a costo marginale zero (il solo consumo elettrico). Se un utente potrà scegliere se pagare continuamente token sul cloud o spendere 200 o 300 euro in più per un device intelligente capace di farlo in locale, sceglierà la seconda opzione. E qui, per chi fa hardware ed ecosistema, si apre un'opportunità straordinaria». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Bologna)

Segnalazioni

'America nuda e cruda' Il racconto di Giorgio Dell'Arti



Giorgio Dell'Arti ci accompagna in un viaggio nell'America di ieri e di oggi: dalla Virginia Company, che sbarcò a Jamestown nel 1606 inseguendo un sogno di tabacco e fortuna, fino alla presidenza di Donald Trump. Oggi alle 18 in piazza Coperta (Salaborsa), Giorgio Dell'Arti parla del suo libro America nuda e cruda. Come si arriva dai Padri Pellegrini a Donald Trump (Garzanti, 2026) con Stefano Bonaga.

L'incontro fa parte della rassegna Le Voci dei libri e sarà trasmesso anche in diretta streaming sul canale YouTube di Bologna Biblioteche.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023