Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 04 maggio 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 04 maggio 2026

Area Emilia Romagna

04/05/2026 **Gazzetta di Parma** Pagina 18 — 4
Libri con le ruote Appuntamento per i bambini domani al parco

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

03/05/2026 **ilgazzettino.it** — 5
Il concertone del primo maggio fa il pienone: «Un successo. Fra 7mila e 8mila presenze in piazza»

Controllate e partecipate

04/05/2026 **Gazzetta di Reggio** Pagina 37 *SERENA ARBIZZI* — 7
Maxi assegno per le vittime di violenza dal ricavato del libro su Jessica Filianti

04/05/2026 **La Repubblica (ed. Bologna)** Pagina 9 *GIORGIO BURREDDU* — 9
Torna il racconto del live dei Clash "Quel concerto ci ha cambiati"

Coop e Cooperazione

04/05/2026 **La Gazzetta del Mezzogiorno** Pagina 8 — 10
Antitrust, sanzione da 23 milioni per le patatine C'è una lucana

04/05/2026 **Il Tirreno (ed. Grosseto)** Pagina 13 — 11
Domani apre la bretella stradale di via Giordania

Concorrenza GDO

04/05/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Modena)** Pagina 26 — 12
«Lavoro, tutele contro molestie e discriminazioni»

04/05/2026 **La Repubblica (ed. Torino)** Pagina 8 *STEFANIA AOI* — 13
Il futuro incerto dei franchising si gioca nel risiko dei market

Economia, consumi e società

04/05/2026 **Affari & Finanza** Pagina 29 *Andrea Frollà* — 15
Inizia la nuova era del commercio digitale

04/05/2026 **Affari & Finanza** Pagina 30 *Marco Cimminella* — 17
Gli acquisti online valgono 150 miliardi

04/05/2026 **Affari & Finanza** Pagina 34 *LUIGI DELL'OLIO* — 19
Digital advertising una leva strategica

04/05/2026 **Affari & Finanza** Pagina 35 *Marco Frojo* — 21
Food&grocery online si consolida in Italia

04/05/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 16 23
Centri commerciali e outlet dettano il ritmo degli investimenti

04/05/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 13 *ALESSANDRA PUATO* 25
MUTTI SALE A 777 MILIONI «GAS, SI MUOVA LA BCE»

04/05/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 47 *IRENE CONSIGLIERE* 27
CON IL FOOD MANIFESTO ALLA FIERA DI MILANO IL GUSTO FA SOLD OUT

04/05/2026 **La Stampa** Pagina 11 *ALESSANDRA GHISLERI* 29
Il carovita angoscia l'84% degli italiani Quattro su dieci si sentono più poveri

04/05/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 5 *CLAUDIA MARIN* 31
L'Opec+ aumenta la produzione Ma gli Usa sono i primi esportatori

04/05/2026 **Affari & Finanza** Pagina 17 33
Sul patto Ue-Mercosur piovono ricorsi

04/05/2026 **La Stampa** Pagina 20 *MARCO BRESOLIN* 34
Dazi, l'Ue si divide sulle contromisure Linea dura di Parigi

04/05/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 9 *Valentina Maglione, Valentina Melis* 36
Lavoro, più liti su pubblico impiego e licenziamenti

04/05/2026 **Affari & Finanza** Pagina 5 38
Previdenza complementare al via il tacito assenso

Innovazione e mondo digitale

04/05/2026 **La Stampa** Pagina 17 *STEFANO D'ANDREA* 39
Se l'AI va in pausa pranzo

04/05/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 7 *DANIELE MANCA* 41
L'intelligenza artificiale non è cosa (solo) da ingegneri La lezione che arriva da Meta e Oracle

04/05/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 48 *FABIO SOTTOCORNOLA* 42
IN LINEA C'È L'AGENTE «AI»? CASO RISOLTO IN 2 SECONDI

04/05/2026 **Affari & Finanza** Pagina 9 *Raffaele Ricciardi* 44
"Ecco i tre cardini per far fruttare l'IA nel conto economico"

Gazzetta di Parma

Area Emilia Romagna

Libri con le ruote Appuntamento per i bambini domani al parco


10 Lunedì 4 maggio 2026 GAZZETTA DI PARMA

SALSOMAGGIORE

Libri con le ruote
Appuntamento per i bambini domani al parco

Torneo Bayer, gli italiani lottano ma trionfano Slovenia e Lettonia

Buona prestazione dei nostri portacolori che si devono però inchinare nelle finali

in breve

Viale Cavour
Oggi incontro per parlare del traffico

Gemellaggio
Gli studenti in visita al pensionato

Rigenerazione urbana Le opere al via entro l'anno

Un hub per il futuro

Parte il progetto per ripensare la città di domani

«Stato di Salso» Iniziative per rilanciare la comunità

Il Leone torna a ruggire e vuole coinvolgere tutti

LO STATO DI SALSO

ff Appuntamento domani alle 16,30 al parco di via Costa con «Libri con le ruote».

L'iniziativa (gratuita) è organizzata da Salsocoworking. Per tutti i bambini c'è la merenda offerta da Coop Alleanza 3.0. Iscrizione alla mail: info@salsocoworking.it.

ilgazzettino.it

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Il concertone del primo maggio fa il pienone: «Un successo. Fra 7mila e 8mila presenze in piazza»


ilgazzettino.it

Il concertone del primo maggio fa il pienone: «Un successo. Fra 7mila e 8mila presenze in piazza»

05/03/2026 13:41

UDINE - Il debutto del " concertone " udinese del Primo maggio, organizzato nel segno della sicurezza sul lavoro e nel ricordo di Lorenzo Parelli, fa il pieno di presenze. Gli organizzatori hanno contato presenze complessive stimate «fra le 7mila e le 8mila persone», come si legge nella nota ufficiale. Una somma spalmata sull'arco dell'intera giornata di concerti (la lineup, che ha preso il via nel pomeriggio con Rossella, si è chiusa con i Tre allegri ragazzi morti e il dj set di Fricut), visto che gli ingressi sul plateatico di piazza Venerio erano limitati, volta per volta, a una capienza massima di 1.250 persone per ragioni di sicurezza. Al di fuori della «platea» (che ha iniziato a riempirsi soprattutto con i Dodi e i Monodi), però, si sono aggiunte man mano anche persone affacciate sui lati. «Successo» Già si parla di un bis nel 2027. «È stato un grande successo, che ci ha restituito l'immagine di una Udine viva, piena di energia e partecipazione», ha affidato a una nota il suo pensiero Mattia Cilio, ideatore e presentatore (con Marco Del Ben, in arte Marcutti) della giornata. «L'energia che è arrivata dalla piazza è stata fortissima: ci ha fatto venire voglia di rimetterci subito al lavoro, già da domani, per costruire l'edizione 2027». Sul palco sono saliti anche Dino Parelli e Maria Elena Dentesano, i genitori di Lorenzo Parelli: «La centralità della persona è il bene supremo e siamo qua per una vita che è persa ed è persa per sempre». Sono intervenuti anche il vicesindaco Alessandro Venanzi e i rappresentanti sindacali Emiliano Giareghi (Cgil) e Giorgio Lazzarin (Cisl L'edizione "zero" del concertone udinese, nata grazie alla sinergia fra alcune realtà locali (Vieni con me Aps, Simularte e Stage Plan), è stato sostenuto da Cgil, Cisl, Legacoop FVG, Confcooperative FVG, Coop Alleanza 3.0 e altri partner del territorio, con il patrocinio del Comune di Udine. Il Municipio, con determina di inizio aprile, ha affidato il servizio di rappresentazione artistica alla società cooperativa Simularte per un importo lordo di 15mila euro. Per sostenere il concertone è stata anche lanciata una raccolta fondi on line sulla piattaforma Produzioni dal basso. L'obiettivo era 10mila euro per coprire parte dei costi tecnici: a ieri erano stati raccolti 4.350 euro, con 43 sostenitori. Gli organizzatori hanno anche fatto domanda di contributo alla Regione, partecipando al bando dedicato agli eventi locali (per 10mila euro) e spiegano di essere in attesa di sapere se sarà accolta: la graduatoria verrà pubblicata entro il 19 maggio. Fuori programma A chi era in platea più o meno verso le 19 non sarà sfuggita la presenza fra il pubblico di due persone che hanno indossato una sorta di passamontagna bianco. È intervenuto a controllare anche un addetto alla security. Ma il mistero è stato presto risolto. «I ragazzi incappucciati tra il pubblico erano i membri della band punk rock udinese "No Good". Erano i loro "costumi di scena". La loro presenza era in realtà prevista d'accordo con i Cinque Uomini sulla Cassa del Morto, e infatti

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

il bassista dei Cinque indossava una maglietta dei No Good con la loro foto da incappucciati. Li conoscevano tutti in backstage e infatti sono entrati a salutare», fanno sapere gli organizzatori. Una bandiera della Palestina, che qualcuno avrebbe cercato di far portare sul palco, sarebbe rimasta fuori dal perimetro. In occasione del Concertone sono state adottate una serie di misure di sicurezza ormai di prassi: vietati contenitori in vetro e ceramica, spray al peperoncino, bastoni per selfie e aste, ombrelli con punta rigida, caschi e oggetti voluminosi. Curiosità: fra i tanti influencer presenti, c'era anche Lucas Minacapelli, argentino di 32 anni famoso sui social per il suo progetto Pateando por Pueblitos Italianos.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Reggio

Controllate e partecipate

Maxi assegno per le vittime di violenza dal ricavato del libro su Jessica Filianti

La storia della 17enne uccisa dal fidanzato arriverà anche in più teatri d'Italia

SERENA ARBIZZI


REGGIO EMILIA

Maxi assegno per le vittime di violenza dal ricavato del libro su Jessica Filianti

La storia della 17enne uccisa dal fidanzato arriverà anche in più teatri d'Italia

Voglia di mare? A giugno l'estate inizia con noi a Cesenatico!
Sole, relax e offerte imperdibili ti aspettano.
1 settimana in bungalow a partire da 670€ con servizio spiaggia incluso!
cesenatico CAMPING VILLAGE

Reggio Emilia Un maxi assegno per le volontarie dell'associazione "Il giardino di San Giuseppe", in aiuto alle donne vittime di violenza e ai loro figli, un libro, un film e ora anche un'opera teatrale che si snoderà in più tappe in Italia.

È un lavoro di squadra nel nome di Jessica Filianti, quello che diffonde il bene e si sta svilppando sempre più. Nei giorni scorsi, è stato donato un assegno di 1.556 euro all'associazione Il Giardino di San Giuseppe di Salvarano di Quattro Castella: si tratta del ricavato della vendita del 14 marzo scorso del libro 'Dopo la tua morte', edito da Tecnograf, scritto dalla giornalista e regista Isabella Trovato, dedicato alla memoria di Jessica Filianti, la 17enne uccisa nel 1996 con 43 coltellate dall'ex fidanzato. Il libro è stato presentato nel corso dell'evento organizzato dal Rotary Reggio Emilia Terra di Matilde insieme alla famiglia di Jessica, a Bosco di Scandiano, da Li&Pra Showroom & Academy di via Prandi, condotto da Cinzia Rubertelli.

Sono stati momenti di grande commozione e profonda emozione quelli vissuti nella sede dell'associazione quando Giuliana Reggio, mamma di Jessica, ha consegnato l'assegno tra le mani delle volontarie, in memoria della figlia.

Da subito Giuliana Reggio e il fratello di Jessica, Fabiano, attivi entrambi in diverse iniziative di solidarietà da anni, hanno manifestato la volontà di poter fare una donazione all'associazione che accoglie tante donne sole o vittime di maltrattamenti, anche con i bambini. L'idea ha riscosso subito il pieno consenso della scrittrice e così, in un clima di partecipazione collettiva, il gesto è divenuto realtà.

«Grazie a questa straordinaria prova di solidarietà nel nome di Jessica potremo continuare a offrire un porto sicuro e una nuova opportunità di vita a chi ne ha più bisogno. La vostra generosità è per noi un sostegno fondamentale», commenta Melissa Prini, presidente dell'associazione Il Giardino di San Giuseppe ringraziando la mamma di Jessica.

«Pensare che nel nome di mia figlia si sviluppino manifestazioni di solidarietà mi riempie di gioia. Ringrazio tutti coloro che mi hanno aiutata a far sì che con la vendita dei libri si potesse arrivare a questa cifra - spiega Giuliana Reggio -. Per me e la scrittrice Isabella Trovato, maggio sarà un mese impegnativo, perché siamo state invitate a presentare il libro in diverse scuole superiori per sensibilizzare i più giovani su questi temi partendo proprio dal caso di Jessica. Saranno tante altre le iniziative scaturite dal libro: la storia di Jessica sarà raccontata anche a teatro, dal 14 ottobre. Il regista intende portare questo racconto in tutta l'Italia. Il mio sogno è che il numero 1522 sia affisso in

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

tutti i locali, in tutte le aziende... ovunque».

«Il nome di Jessica è sempre più accostato al numero antiviolenza 1522 e questo ci commuove particolarmente perché magari con questo impegno riusciremo a evitare sofferenze ad altre famiglie e ad altre donne», dichiarano all'unisono Giuliana Reggio e Fabiano Filianti.

Al momento il libro "Dopo la tua morte" è in vendita alla libreria Coop del centro commerciale Ariosto e nei punti vendita Conad di Reggio (Le Vele, le Querce, Le Colline), al bar Nuovo Reggianello, all'edicola Bertola e al Conad di Rubiera.

.

La Repubblica (ed. Bologna)

Controllate e partecipate

Torna il racconto del live dei Clash "Quel concerto ci ha cambiati"

GIORGIO BURREDDU


Cronaca la Repubblica Bologna

Figurine, riviste, giochi così riparte un'edicola "Turisti e lettori storici"

Torna il racconto del live dei Clash "Quel concerto ci ha cambiati"

Oltre 1000 prodotti a prezzi ribassati ogni mese.

Ti sembra poco?

prezzo soci

Il punk vive. E rivive nel libro "Bologna 1980", curato da Ferruccio Quercetti e Oderso Rubini. L'80, un anno destinato a cambiare Bologna e l'Italia. Era la città che arrivava dall'onda lunga del '77, con le sue contestazioni e la voglia di cambiare, e che si ritrovò con i Clash in Piazza Maggiore. Uno squarcio nell'incredibile. «C'era questa necessità di riappropriarsi di cose che molti davano per morte e sepolte: un po' per l'arrivo dell'eroina, un po' per il terrorismo», racconta Rubini. Ma la sua non è un'operazione nostalgia: Rubini (produttore discografico) e Quercetti (docente di Urban Studies a Helsinki) ricostruiscono un mondo. Lo fanno con fotografie, locandine, immagini e interventi (tra gli altri, Michele Serra e Pier Vittorio Tondelli). Uscito sei anni fa, il volume torna in una seconda edizione pubblicata da Edizioni Interno4. Il libro verrà presentato oggi all'Ambasciatori Coop di via Orefici 19, alle 18, e con gli autori ci saranno Laura Carroli, Mauro Felicori, Igort e Flavia Tommasini (Tpo). Quando i Clash atterrarono a Bologna erano a metà del loro tour mondiale. Un anno prima era uscito London Calling, destinato a cambiare la storia. Dopo il '77, spiega Rubini, «chi si occupava di arte, di cultura, di musica, aveva incamerato molta voglia di provare a fare qualcosa di diverso, di alternativo, di più personale rispetto al mainstream». Con l'amministrazione intenzionata a recuperare un rapporto con i giovani, nacque un vero progetto per loro. Da lì l'esigenza di dare spazio alle realtà musicali della città, e non solo, in ambiti indipendenti o alternativi. L'idea, dice Rubini, «era dare questo spazio mettendo a disposizione un palco in Piazza Maggiore». Per tutto il mese precedente al concerto dei Clash, su quel palco si alternarono gruppi e sound diversi. Alle 22.20 del 1° giugno toccò ai Clash. Fu un contatto tra le cantine londinesi e quelle bolognesi. Mick Jones lo ricorderà come uno dei concerti più importanti della loro carriera. In un anno, come si dice nel libro, «in cui perdemmo definitivamente l'innocenza». Fu anche una serata strana: i punk bolognesi, quelli duri e puri, contestarono la band. Anche Bifo contestava: «Sì, il Comune. Diceva: adesso non è che perché ci date un concerto gratis passa tutto in cavalleria. Il senso era quello. Fece un volantino: Salsicce, rock, eroina, una tazzina di caffé a malapena riesco a mandar giù». La trovate nel libro. Ma in piazza c'era anche l'arte che doveva arrivare o si stava affermando: Federico Poggipollini, Marino Severini e suo fratello dei Gang, Pier Vittorio Tondelli. Insomma, dice Rubini, «c'era una pletora di artisti e persone che da quel concerto uscirono diversi». Il concerto dei Clash del 1980.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Gazzetta del Mezzogiorno

Coop e Cooperazione

IL «CARTELLO» SUI PREZZI

Antitrust, sanzione da 23 milioni per le patatine C'è una lucana


8 | PRIMO PIANO

IL CASO

LE ACCUSE DELLA PROCURA DI TRANI

POTREBBERO NON RISPONDERE

Gli interrogatori di mercoledì dei tre indagati delegati ai Carabinieri forestali che hanno lavorato dopo l'esposto di Legambiente

NEL MIRINO L'EDIZIONE 2022

Il Comune aveva concesso l'uso gratuito dell'arenile che sarebbe stato danneggiato dai lavori, oltre che la livellatura della spiaggia

Niente più spiaggia per Jovanotti

Barletta, il concerto si farà nell'ex cartiera. Anche a Lucca c'era un'inchiesta: archiviata

Antitrust, sanzione da 23 milioni per le patatine C'è una lucana

Popolare Pugliese un vademecum contro le truffe tramite telefono

Radici profonde e orizzonti futuri.

ABBONATI A LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO. PROMO DIGITALE.

ABBONAMENTO SETTIMANALE 4,99

ABBONAMENTO MENSILE 9,99

ABBONAMENTO ANNUALE 99,99

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

l L'Autorità garante per la concorrenza ha accertato l'esi stenza di un cartello tra i principali produttori italiani di snack salati: per questo nei giorni scorsi sono scattate sanzioni per oltre 23 milioni che riguardano anche un'azienda lucana.

L'Antitrust ha infatti multato Amica Chips (8,2 milioni di euro), Pata (8,2 milioni di euro) e la lucana Preziosi Food (7,5 milioni di euro) che - secondo l'istruttoria - avrebbero messo in atto un'intesa restrittiva della concorrenza nel mercato italiano degli snack salati prodotti per conto della grande distribuzione organizzata e venduti con marchio privato (le cosiddette «private label»). Le tre società - si legge in una nota dell'Antitrust - «hanno attuato un'intesa segreta unica, complessa e continuata per ripartirsi la fornitura di snack salati prodotti per conto della Gdo, attraverso il coordinamento delle rispettive politiche commerciali. I produttori insomma si sarebbero messi d'accordo con un patto di non concorrenza reciproca così da mantenere ciascuna i propri clienti nella Gdo, anche quando questi clienti organizzavano gare. Il meccanismo ha riguardato Coop, Conad, Esselunga, Carrefour, Lidl, Aldi, Eurospin, Selex (Famila, A&O), VéGé, Despar, Tigre, MD, Crai, Penny Market e Pam Panorama che quindi - secondo l'Antitrust avrebbero pagato prezzi più alti e avrebbero quindi avuto un minor margine di manovra nei confronti del cliente finale.

L'Antitrust ha applicato il proprio programma di clemenza e ha concesso a Pata e ad Amica Chips il beneficio della riduzione della sanzione, attivando inoltre la procedura di transazione prevista dalla legge: grazie al buon esito di tale procedura, le tre società hanno beneficiato di una ulteriore riduzione.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno (ed. Grosseto)

Coop e Cooperazione

Inaugurazione alle 9

Domani apre la bretella stradale di via Giordania

Verrà inaugurata domani alle 9, alla presenza del sindaco Antonfrancesco Vivarelli Colonna e dei suoi assessori, la nuova bretella a nord di Grosseto che collega via Giordania a via Senegal, via Germania e via Cile, un'infrastruttura fondamentale per il traffico della zona, visto che chi proviene dall'Aurelia, dalla Senese e dal centro commerciale potrà essere indirizzato tra l'altro verso il nuovo centro di raccolta dei rifiuti ingombranti, funzionante da alcune settimane proprio in via Giordania. I lavori, effettuati dalla ditta Angelo Vichi, sono stati realizzati sulla base di un accordo di riqualificazione dell'area nord nato con la costruzione del centro commerciale Maremà e della collaborazione con Unicoop Etruria, per una spesa che si aggira intorno al mezzo milione di euro (foto Agenzia Bf).


GROSSETO

Chelli: «C'è tanta richiesta, al momento riusciamo ad accontentare tutti»

Nuova casa del tennis in via Manetti moderna e senza impatto ambientale

Inaugurazione alle 9

Domani apre la bretella stradale di via Giordania

LEONARDO GOMME
www.leonardogomme.it
Via Lazzeretti, 33
GROSSETO
INTERVENTO SUL POSTO
AMPIO ASSORTIMENTO PNEUMATICI AGRICOLI
Prenota anche ONLINE il tuo APPUNTAMENTO: è FACILE, COMODO, VELOCE! 0564.411002 - leonardogomme@euromaster.com

Il Resto del Carlino (ed. Modena)

Concorrenza GDO

Lanciata l'iniziativa congiunta sindacati-Conad Nord Ovest 'Le radici del cambiamento'

«Lavoro, tutele contro molestie e discriminazioni»


Piano casa, assessori preoccupati
«Servono fondi e strumenti nuovi
Non siano i Comuni a pagare»

Lanciata l'iniziativa congiunta sindacati-Conad Nord Ovest 'Le radici del cambiamento'

«Lavoro, tutele contro molestie e discriminazioni»

Filcams Cgil, Fisascat Cisl Emilia Centrale, Uiltucs Uil e Conad Nord Ovest lanciano per oggi 'Le radici del cambiamento', percorso di formazione contro violenza, molestie e discriminazioni nei luoghi di lavoro. Il progetto unisce i sindacati e una delle principali realtà cooperative della Gdo italiana, con l'obiettivo di sostenere la formazione e rafforzare i diritti di lavoratrici e lavoratori.

«Un'iniziativa non scontata, segnale forte del ruolo sociale dell'impresa e dello spirito cooperativo quando investe sulle persone.

È anche l'occasione per ampliare la forza della contrattazione, collegandola ai bisogni di chi lavora», dicono i promotori.

Promosso da Conad Nord Ovest con i sindacati del territorio, il percorso arriva nella provincia di Modena a conferma di un impegno concreto su responsabilità sociale, rispetto e inclusione. «L'obiettivo è contribuire a luoghi di lavoro più equi e liberi da ogni forma di discriminazione».

Materiali formativi innovativi e momenti di interazione coinvolgeranno le persone partecipanti, offrendo strumenti concreti per trasformare la cultura aziendale e migliorare le relazioni. Il percorso lavorerà sulla consapevolezza e sul riconoscimento degli stereotipi, spesso alla base di discriminazioni e violenza. «Abbiamo fortemente voluto questo progetto perché crediamo che la contrattazione sindacale non debba fermarsi al salario, ma debba portare anche strumenti di crescita culturale e sociale», rimarcano Alessandro Martignetti, segretario generale Fisascat Cisl Emilia Centrale, Cinzia Pinton, segretaria Filcams Cgil Modena, e Thomas McCarthy, segreteria Uiltucs Uil di Modena e Reggio.

Il progetto raccoglie i risultati più avanzati della contrattazione e li trasforma in un percorso formativo rivolto a tutta la popolazione aziendale. L'obiettivo è spingere la contrattazione di secondo livello a introdurre tutele per le persone Lgbtqia+, strumenti contro violenza e molestie, congedi e sostegni per fragilità, oltre a più attenzione all'inclusione delle persone con disabilità.

La Repubblica (ed. Torino)

Concorrenza GDO

Il futuro incerto dei franchising si gioca nel risiko dei market

La grande distribuzione è in piena trasformazione. E Aifgdo apre uno sportello psicologico per gli imprenditori in difficoltà

STEFANIA AOI


Il futuro incerto dei franchising si gioca nel risiko dei market

La mappa della grande distribuzione, anche a Torino, si ridisegna giorno dopo giorno, tra nuove aperture e chiusure che raccontano un settore in piena trasformazione. Avanzano i supermarket di prossimità e i discount. Crai, per esempio, ha inaugurato ad aprile in piazza Castello un Crai Go, un punto vendita piccolo, con molti cibi pronti, pensato più per i turisti che per i residenti. E ora si prepara al bis con un'altra apertura in via Garibaldi, di nuovo nel cuore della città. Eurospin ha appena tagliato il nastro di un nuovo punto vendita in corso Grosseto. Poco distante, tra via Monterosa e via Botticelli, in Barriera di Milano, Lidl lavora a un nuovo supermercato.

Nell'ex Scalo Vallino, invece, procedono i lavori per il nuovo store di Novacoop.

Come in un grande risiko commerciale, non mancano però le perdite di negozi. L'uscita di scena di Carrefour dall'Italia ha per esempio provocato un piccolo terremoto, portando alla chiusura di alcuni dei 200 minimarket in franchising della provincia di Torino, come quelli di via Cavour, via Duchessa Jolanda, corso Vittorio Emanuele, nel capoluogo. A rilevare dal gruppo francese la società Gs è stata, l'anno scorso, la Newprinces, guidata da Angelo Mastrolia, 2,9 miliardi di euro di fatturato nel 2025 e anche proprietaria di marchi come Parmalat e Centrale del Latte.

Con questo passaggio, però, si sono accesi i riflettori su un sistema di franchising, quello di Carrefour, che alcuni affiliati definiscono oggi "poco sostenibile". A Torino, due piccoli imprenditori che avevano i negozi in franchising hanno persino fondato l'associazione Aifgdo per far sentire la propria voce, raccogliendo una dozzina di iscritti, persone che hanno accumulato grandi debiti e che hanno ricevuto lo sfratto e il blocco della merce. «A gennaio scorso il mio debito era di 161mila euro», racconta Giovanni Pellegrino, ex gestore dei negozi di via Cavour e piazza Carlo Felice. È stato lui il primo a rivolgersi a un avvocato per provare a mettere in discussione il sistema di franchising adottato dal gruppo francese. «La catena - racconta - ti fornisce uno stock di merce senza chiederti un pagamento anticipato, ma così ti indebiti e devi sottostare a un piano di rientro da loro stabilito, che però a mio avviso non si è rivelato realistico. Io avevo grosse difficoltà a ripagare le rate, anche perché nel frattempo c'erano da pagare stipendi, bollette, Tari». Pellegrino si è trovato a gestire ben tre negozi della catena francese. Situazione simile per Vittorio Savarese, gestore dei market di via Duchessa Jolanda e corso Vittorio. Con il passaggio di Gs a Newprinces di Mastrolia, anche per lui è scattato il blocco delle merci e sono arrivate le lettere di sfratto. «Lavoro nella grande distribuzione dal 1992 - racconta Savarese - e ora mi ritrovo con un debito elevato e senza più la mia attività». Da qui la decisione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di creare Aifgdo e aprire anche uno sportello psicologico per gli associati. A Torino si stanno provando a seguire le orme dei franchisee (l'imprenditore che gestisce il punto vendita) che in Francia hanno già sfidato Carrefour negli anni passati. Certo In Italia, la rete di negozi è nel frattempo passata alla Newprinces, nuova proprietaria di Gs, che ha messo a terra un piano di rilancio. Angelo Mastrolia, specializzato in rilancio di brand storici, in diverse occasioni ha assicurato di non voler dismettere i punti vendita ma di voler rafforzare la rete distributiva. E che gli unici provvedimenti presi contro i franchisee sono stati quelli nei confronti di pochi casi difficili di affiliati rimasti inadempienti. L'obiettivo dichiarato di Newprinces è investire sui negozi di prossimità e riportarli a essere competitivi. Tra le altre cose, la nuova proprietà assicura di voler puntare su piani di lungo periodo che includono anche il ritorno delle insegne a marchio Gs dal 2028. «Siamo pronti a mettere risorse importanti - diceva Mastrolia qualche tempo fa- perché crediamo nel valore della rete e nel suo radicamento sul territorio». Intanto, a Torino, il caso Carrefour è arrivato anche in Comune, dove l'associazione franchisee ha chiesto e ottenuto un confronto istituzionale solo la settimana scorsa. E ora il presidente della Commissione Lavoro Pierino Crema (Pd) è intenzionato a fare un tentativo per portare lo stesso Mastrolia a Palazzo civico in modo da capire meglio quale sarà il futuro dei supermercati del gruppo in città. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Affari & Finanza

Economia, consumi e società

Inizia la nuova era del commercio digitale

Il presidente di Netcomm, Roberto Liscia: I consumatori cercano esperienze di valore, non solo prezzi competitivi. Il commercio agentico è già realtà: le imprese devono adattarsi e innovare

Andrea Frollà


Inizia la nuova era del commercio digitale

Il presidente di Netcomm, Roberto Liscia: "I consumatori cercano esperienze di valore, non solo prezzi competitivi. Il commercio agentico è già realtà: le imprese devono adattarsi e innovare"

Andrea Frollà

«Il commercio digitale ha ormai superato la fase della vendita online per entrare in un'era di integrazione profonda tra fisico e digitale. Il valore consolidato del mercato ha superato quota 60 miliardi di euro in Italia ma ormai non è più una questione di volumi. La sfida è ridefinire i processi secondo il paradigma dell'adaptive commerce: un modello dove l'intelligenza artificiale non risponde solo a domande, ma agisce, anticipa i bisogni e trasforma l'esperienza d'acquisto in un servizio iper-personalizzato. Siamo entrati in un'era in cui il consumatore non è più guidato solamente dal prezzo, ma anche e soprattutto dall'accessibilità e dal valore del proprio tempo».

L'analisi del presidente di Netcomm, Roberto Liscia, fotografa un commercio digitale a due velocità: se sul fronte della domanda il mercato ha raggiunto un equilibrio solido, lato offerta è in corso una rivoluzione dei processi che riscrive integralmente le gerarchie del settore. La trasformazione tecnologica, spiega il numero uno del Consorzio del commercio digitale italiano, è diventata l'infrastruttura stessa del commercio. «I consumatori cercano valore esperienziale. C'è chi ama andare in negozio per scegliere un capo di abbigliamento e chi invece delega al digitale le incombenze pesanti, come farsi portare l'acqua a casa. Le imprese non cercano più la crescita per la crescita, ma la marginalità e l'utile in un mercato molto volatile».

Il cuore pulsante di questa nuova fase, spiega Liscia, è l'intelligenza artificiale, intesa come una "nuova energia elettrica" in grado di generare efficienza sia per l'azienda che per il cliente. «Dalle nostre ricerche emerge che l'uso dei touchpoint basati sull'AI prima di ogni acquisto è in crescita esponenziale. Stiamo passando da "search & scroll" ad "ask & act". L'utente non vuole più scorrere infinite liste di prodotti, ma chiede all'AI di agire per suo conto. È il commercio agentico: il consumatore delega il processo all'agente AI inserendo dei parametri, come il prezzo e altri elementi, e l'agente effettua l'acquisto per conto dell'utente. In questo scenario, il pagamento diventa il vero portale d'accesso, l'elemento che connette il desiderio alla sua soddisfazione».

I dati che saranno presentati al Netcomm Forum 2026, in programma a Milano presso l'Allianz MiCo il 6 e il 7 maggio, mostrano un cambiamento sociologico rilevante dei consumatori, che va oltre la semplice penetrazione tecnologica. «I 35 milioni di italiani che comprano online non sono più una notizia, ormai c'è almeno un acquirente per famiglia. La vera sorpresa è il sorpasso di genere: per la prima volta, le donne rappresentano il 50,6% dei compratori totali. Inoltre, non si compra più solo nelle grandi città: la quota dei centri sopra i 100mila abitanti è scesa drasticamente, segno che il digitale è arrivato

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ovunque». Tuttavia, a questa vivacità della domanda non corrisponde sempre un'offerta adeguata da parte del sistema produttivo. «L'Italia è ancora il fanalino di coda europeo per investimenti tecnologici nel retail. Il commercio non è più un insieme di negozi, è un'infrastruttura industriale che richiede scalabilità e integrazione, concetti che molte imprese faticano ancora a metabolizzare». Il limite principale riguarda le competenze e la cultura aziendale, che rischiano di frenare la competitività del made in Italy. «Oltre la metà delle piccole e medie imprese fatica a trovare figure specializzate come e-commerce manager o analisti di dati. Spesso la proprietà teme di perdere il controllo sui processi tradizionali, ignorando che la digitalizzazione è il motore indispensabile per l'internazionalizzazione. Vedo ancora aziende con fatturati importanti che non permettono di usare in negozio un buono regalo acquistato online. Questo dimostra la mancanza di una visione senza frizioni del cliente, che deve potersi muovere liberamente tra fisico e virtuale». Nell'era dell'AI anche la logistica continua a cambiare pelle, trasformandosi in un asset strategico per la sostenibilità e il margine operativo. «La consegna a domicilio è costosa e inquinante. Per questo il nuovo standard italiano sta diventando la consegna presso locker o punti di ritiro. L'Italia è il secondo paese in Europa per numero di locker installati dopo la Polonia. È una risorsa che risponde alle esigenze di personalizzazione del tempo del cliente e, al contempo, abbatte i costi del fallito recapito per gli operatori». L'efficienza della supply chain, sottolinea Liscia, "non è più solo marketing ma una necessità pragmatica per proteggere i guadagni". Le sfide diventano ancor più intense sul fronte dell'export digitale. «Vendere all'estero oggi significa gestire una complessità normativa enorme, dalle certificazioni in India alla sales tax americana. In un mondo di incertezza costante, l'impresa deve essere adattiva». Il rischio, conclude Liscia, è farsi governare dalla trasformazione: «Bisogna gestire l'innovazione tecnologica. Senza perdere autenticità e responsabilità, che sono elementi chiave per competere con successo nell'era dell'esperienza omnicanale». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Gli acquisti online valgono 150 miliardi

L'e-commerce pesa per il 7% del Pil. Crescita annua del 6,6 per cento. I lavoratori sono 1,8 milioni

Marco Cimminella



Dietro l'acquisto online di prodotti e servizi c'è un ecosistema tecnologico, di imprese e persone che contribuisce alla crescita nazionale. Il valore condiviso generato dall'e-commerce in Italia ha raggiunto i 150,1 miliardi di euro tra il 2023 e il 2024 - di cui 88,6 miliardi di valore aggiunto - riportando un incremento del 6,6% rispetto all'anno precedente (+129% dal 2016). Il dato equivale al 7% del nostro prodotto interno lordo.

Una cifra che esprime tutta la capacità del comparto di produrre ricchezza, benessere e occupazione, servendo gli interessi aziendali e del sistema socioeconomico nel suo complesso.

A indicarlo è uno studio di Netcomm - il Consorzio del commercio digitale - con la società di consulenza Althesys. La ricerca illustra le componenti in cui si articola questo valore: 58,9 miliardi di ricadute dirette, derivanti dalle attività degli online seller; 50 miliardi di ricadute indirette, vale a dire l'apporto dei fornitori e dei servizi a monte e a valle; e infine 41,2 miliardi di ricadute indotte, cioè gli effetti positivi sul resto dell'economia del Paese. Il commercio elettronico si contraddistingue per la sua capacità di generare un impatto lungo tutte le maglie del sistema produttivo: ad ogni euro di valore aggiunto generato direttamente dal comparto, ne corrispondono tre di benefici per l'intero sistema economico. Significativo anche il contributo fiscale, pari a circa 44 miliardi di euro (il 7,7% delle entrate tributarie nel 2023) a sostegno della spesa pubblica e della collettività. Per quanto riguarda il mercato del lavoro, il segmento impiega, direttamente e indirettamente, 1,8 milioni di persone nella Penisola, compreso l'indotto: un dato in crescita del 15% tra il 2022 e il 2023, e pari al 6,8% degli occupati in Italia. Questi numeri si convertono in un totale di 40,3 miliardi di euro di salari lordi nella sola filiera (+13,8% rispetto al 2022). Lo studio evidenzia l'impegno delle realtà del settore alla valorizzazione del capitale umano, tra programmi di formazione continua e di upskilling digitale, e sottolinea come 1,17 milioni di lavoratori operino direttamente nella value chain del commercio digitale: 310 mila nelle aree dei fornitori, 542 mila tra retailer, brand e marketplace, e 319 mila nei servizi di logistica, consegna e pagamento. Spezzettando le varie fasi della filiera, è possibile avere un quadro di dettaglio della creazione del valore. La componente a monte, che comprende fornitori di servizi informatici, consulenza, marketing e componentistica, ha generato 35,5 miliardi di euro (il 23,7% del valore complessivo). Agli online seller viene attribuito l'impatto maggiore, con 79 miliardi (il 52,6% del totale). La fase di supporto alle attività di vendita online, come logistica e pagamenti digitali, ha generato 35,6 miliardi (il 23,7%). Lato consumatori, la ricerca evidenzia i benefici legati alla modalità online di fare shopping - tra risparmio di tempo, ampiezza

dell'offerta, trasparenza e competitività dei prezzi - mostrandone la diffusione in Italia: nel 2024, il 44,3% delle persone sopra i 14 anni aveva effettuato almeno un acquisto sul web, con un aumento di dieci punti percentuali rispetto al 2019. «Questo settore ha bisogno di politiche pubbliche che sostengano strategicamente un ecosistema capace di produrre valore e di creare un contesto che favorisca l'export, proprio in un momento in cui la rete del valore consente di adattarsi agilmente alla rapidità con cui mutano le nuove barriere». ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'ANALISI

Digital advertising una leva strategica

La pubblicità personalizzata attraverso i nuovi canali di comunicazione si rivela essenziale per la crescita

LUIGI DELL'OLIO



Tra le conseguenze della transizione digitale in atto vi è il modificato rapporto tra brand e consumatori, con la fedeltà alla marca che diventa un obiettivo sempre più ostico da raggiungere. In un ecosistema caratterizzato da stimoli continui, l'utente medio è intercettato da centinaia di messaggi quotidiani e sviluppa una naturale resistenza alle forme di comunicazione generiche o basate sui media tradizionali. Per emergere in questo rumore di fondo, le aziende italiane stanno abbandonando i vecchi paradigmi pubblicitari a favore di approcci più granulari e mirati. Secondo l'analisi condotta da Public First e diffusa da Netcomm, la pubblicità digitale personalizzata è diventata il vero motore competitivo per le piccole e medie imprese italiane, che poi la stragrande maggioranza delle attività economiche operanti nella Penisola. In un contesto economico in cui le Pmi affrontano sfide crescenti per mantenere la propria competitività, come evidenziato anche dal recente Rapporto Draghi, la pubblicità personalizzata si distingue come uno dei più validi alleati per la crescita del business. Secondo lo studio, il 66% delle imprese italiane ritiene infatti che l'advertising digitale offra un ritorno sull'investimento (Roi) superiore rispetto alla pubblicità su carta, mentre il 56% la considera più efficace della televisione. Questa preferenza nasce dalla capacità degli strumenti digitali di essere chirurgici nel colpire l'interesse del consumatore, tanto che il 57% delle aziende di ridotte dimensioni considera la pubblicità personalizzata decisamente più funzionale nel raggiungere il pubblico target rispetto agli annunci puramente contestuali. Oltre a favorire il raggiungimento del target, il 45% delle aziende nota un miglioramento netto nel riconoscimento del proprio brand e il 46% dichiara un miglior ritorno sulla spesa pubblicitaria complessiva. La personalizzazione funge da elemento democratico, offrendo pari opportunità e colmando il divario con le realtà più strutturate che dispongono di budget e risorse superiori. Oltre sette imprese su dieci tra quelle intervistate dichiarano di riuscire a competere con aziende più grandi proprio grazie all'adozione del digital Adv personalizzato e otto su dieci affermano di aver visto aumentare il proprio fatturato grazie a queste strategie. La forza di queste campagne non si limita alla vendita immediata, ma si estende alla capacità di attrarre nuovi clienti per il sessantadue per cento delle imprese e di raggiungere segmenti di pubblico molto specifici per il quarantotto per cento degli intervistati. Inoltre, questa forma di pubblicità si rivela un acceleratore per l'internazionalizzazione e l'espansione, aiutando il trentacinque per cento delle imprese a entrare con successo in nuovi mercati. D'altro canto, tuttavia, esistono diffusi timori riguardo a possibili limitazioni normative. In un quadro che prevede l'elaborazione di nuove regole da parte dell'Unione europea, come il Digital Fairness Act, le aziende temono che una

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sovra-regolamentazione possa creare una complessità normativa svantaggiosa. Tre intervistati su quattro ritengono, infatti, che sarebbe difficile o del tutto impossibile trovare clienti senza l'uso della pubblicità personalizzata, con conseguenze pesanti sulla sopravvivenza stessa dell'attività. Una limitazione in tal senso porterebbe a un aumento dei costi di marketing. Il futuro del settore appare legato alla capacità di integrare tecnologie emergenti, come l'intelligenza artificiale, che sta già iniziando a influenzare positivamente il modo in cui le aziende gestiscono le loro strategie pubblicitarie e ottimizzano i flussi di lavoro. ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

Food&grocery online si consolida in Italia

L'e-commerce di prodotti alimentari cresce a tassi superiori rispetto al dato complessivo

Marco Frojo



In Italia le vendite online di prodotti alimentari continuano a crescere a ritmo sostenuto, ma la loro incidenza sul totale resta bassa. Secondo i dati contenuti nell'Osservatorio Netcomm realizzato in collaborazione con Nielsen, il giro d'affari del comparto food&grocery, che comprende le categorie spesa alimentare, prodotti enogastronomici e food delivery, ha fatto registrare un progresso dell'8,5% nel 2025, facendo meglio del +6% dell'ecommerce di prodotto e del +1% della grande distribuzione. L'incidenza del canale web si ferma però al 6,5% sul totale delle vendite alimentari, a fronte del 12% dell'e-commerce nel suo complesso.

«L'e-commerce food&grocery italiano si conferma un comparto dinamico - afferma Roberto Liscia, presidente di Netcomm -, con una crescita prevista superiore alla media dell'e-commerce nel suo complesso. Oggi l'80% degli operatori investe in digitalizzazione, ma solo il 26% ha adottato modelli realmente omnicanale, segno che il settore ha ancora margini importanti di sviluppo. Le imprese del food&grocery sono chiamate a valorizzare il capitale umano, innovare i processi, personalizzare l'offerta e integrare sempre più efficacemente fisico e digitale. In questo scenario il retail media, sia online che in-store, si sta affermando come leva utile a supportare il percorso d'acquisto e la creazione di una sinergia tra contenuti, esperienza e promozione, con un'efficacia che varia a seconda dei contesti e degli obiettivi di comunicazione».

A differenza di altri comparti merceologici, nel food&grocery i prezzi di vendita sono superiori a quelli nei negozi fisici, a causa dei costi logistici, ancora rilevanti per la redditività degli operatori digitali. Per i consumatori online, però, il prezzo non è il fattore più determinante: il 35% (+8 punti percentuali nel 2025 rispetto al 2024) degli acquirenti food&grocery online dichiara di acquistare per abitudine consolidata, mentre cresce l'importanza dell'ampiezza della scelta (29,6%, +8 punti percentuali rispetto al 2024), della qualità del servizio di consegna (29,4%) e dell'efficienza complessiva nell'esperienza d'acquisto (25,3%).

Nel comparto food&grocery gli utenti impiegano mediamente 3,6 touchpoint per concludere un ordine, meno rispetto ai 3,9 rilevati in altri settori, a conferma di un processo decisionale più rapido e abitudinario. In questo contesto, cresce in particolare l'importanza di strumenti quali chatbot, recensioni, riviste, blog e social media e infine comparatori, che guidano in modo sempre più rilevante le scelte dei consumatori.

A confermare la centralità della consuetudine e della fidelizzazione nel customer journey, l'analisi del comparto food&grocery indica che in più di sette casi su dieci si tratta di riacquisti,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

un dato superiore a quello rilevato nel processo di acquisto online di qualsiasi altro tipo di prodotto.

L'analisi dei profili dei consumatori mostra una concentrazione nelle fasce d'età giovani comprese fra i 25 e i 44 anni e nei grandi centri urbani, con un aumento degli acquirenti consapevoli e degli acquirenti abituali, rispettivamente di sette e quattro punti percentuali rispetto al totale delle altre categorie merceologiche.

La consegna a domicilio rimane infine la modalità preferita dagli italiani, scelta dall'82% degli acquirenti online, ma si registra una crescita significativa del ritiro presso i locker o presso i negozi fisici, che ha raggiunto il 15,9%, in aumento rispetto al 2024. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

nel primo trimestre 2026

Centri commerciali e outlet dettano il ritmo degli investimenti


Real Estate 24

Vie del lusso, i grandi brand si contendono gli spazi limitati

Roberto Zoia resta alla guida del Cncc

Centri commerciali e outlet dettano il ritmo degli investimenti

730 FACILE LA GUIDA PER CAPIRE COSA CAMBIA

IN EDICOLA GIOVEDÌ 7 MAGGIO CON IL SOLE 24 ORE A 16*

Il settore retail, nel suo complesso, si posiziona al primo posto nelle strategie degli investitori nell'ultimo report di Savills Italy Retail Spotlight. Nel primo trimestre dell'anno, in termini di volumi di investimento, si è confermato protagonista con circa 700 milioni investiti, un dato superiore del 23% rispetto all'anno precedente. I volumi trimestrali sono stati trainati dalla componente out-of town (82%) e in particolare dal segmento degli outlet che hanno raccolto circa 370 milioni attraverso l'acquisizione di tre asset.

Si è registrato invece un rallentamento nei volumi investiti nell'high street, che ha totalizzato circa 125 milioni e sei transazioni, la metà delle quali localizzate nella città di Roma.

Lato leasing, il mercato italiano dell'high street continua ad attrarre un forte interesse. Milano e Roma restano al centro delle strategie dei brand; la bassa disponibilità di spazi e l'elevata dinamicità della domanda si riflette nei canoni di locazione prime, che sono aumentati raggiungendo livelli record nel primo trimestre 2026: 16mila euro/mq/anno a Milano (+7% anno su anno) e 14mila euro/mq/anno a Roma (+8% anno su anno). Le destinazioni del lusso in Italia risultano sempre più ambite, tanto dai brand emergenti quanto da quelli già esistenti.

Tra queste, Venezia rappresenta una città davvero unica. Allo stesso tempo, la città è sempre più ambita dai brand, in particolare quelli del lusso.

Le vie di Calle XXII Marzo e Salizada San Moisè ospitano alcuni dei più grandi nomi della moda, contando oltre 50 vetrine, di cui il 75% occupato dai brand del lusso. Il tasso di sfitto è particolarmente basso, pari al 4 per cento.

Le performance dei centri commerciali continuano a mostrare segnali positivi, con footfall e fatturati in crescita nei primi due mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. In Italia si contano oltre 1030 centri estesi su più di 16 milioni di mq. Negli ultimi anni l'attività di sviluppo ha subito una battuta d'arresto: oggi gli operatori si concentrano soprattutto sulla riqualificazione, l'ampliamento e la ristrutturazione delle strutture esistenti, più che sulla realizzazione di nuovi progetti. Nonostante ciò, negli ultimi tre mesi sono stati inaugurati due nuovi centri commerciali, uno dei quali di grandi dimensioni (sopra i 40mila mq).

«A sostenere i volumi - ha sottolineato Marco Montosi, head of investment di Savills Italia - sono, in particolare, gli asset dominanti nel segmento out-of-town - outlet in testa - dove fondamentali operativi solidi e una progressiva convergenza tra aspettative di prezzo favoriscono il rientro del capitale istituzionale. Il comparto sta dimostrando di poter offrire un equilibrio tra rendimento, resilienza

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e visibilità sui flussi di cassa».

«L'interesse - ha aggiunto Francesca Cattagni, head of retail agency - permane sempre verso i centri storici prime e gli asset out-of-town primari.

Il centro storico resta una destinatione catalizzatrice per i new comers internazionali e Milano ne è l'esempio con le ultime aperture di Polene, Amiri e non da ultimo RH che ha annunciato l'apertura di RH Milan - The Gallery durante l'iconica Design Week».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

I PROTAGONISTI

MUTTI SALE A 777 MILIONI «GAS, SI MUOVA LA BCE»

Il gruppo chiude il 2025 con ricavi e utili in crescita, ma resta il problema dei costi dell'energia per la trasformazione di prodotto. L'ad: «Serve un piano europeo»

ALESSANDRA PUATO


I PROTAGONISTI

MUTTI SALE A 777 MILIONI
«GAS, SI MUOVA LA BCE»

il gruppo chiude il 2025 con ricavi e utili in crescita, ma resta il problema dei costi dell'energia per la trasformazione di prodotto. L'ad: «Serve un piano europeo»

ALESSANDRA PUATO

È stato un anno di forte recupero il 2025 per Mutti, dopo un 2024 complicato per le condizioni climatiche avverse. Il consiglio d'amministrazione dell'azienda emiliana ha approvato il 27 aprile un bilancio record, i cui risultati vengono resi noti oggi. I ricavi sono saliti del 10,6% dall'anno prima a 777 milioni, trainati da volumi in crescita del 9% (a 403 mila tonnellate). E il margine operativo lordo è schizzato in su del 51% a 69 milioni, con un utile netto più che triplicato a 22,1 milioni. Migliora anche l'indebitamento: la posizione finanziaria netta passa da -68 a -36 milioni.

La ripresaCon questi dati, dice una nota, il gruppo «si conferma leader assoluto in Italia, con una quota a valore del 30,7%», in un mercato dei derivati del pomodoro sceso dell'1,1% a 846,4 milioni. Anche in Europa il gruppo conferma la leadership nei derivati del pomodoro con il 16,3% del mercato.

La ripresa, dice la nota, è stata «netta grazie a una filiera solida, investimenti mirati e una gestione attenta di ogni fase produttiva». Il 60% dei ricavi viene dall'export e se la Francia resta forte con oltre 100 milioni, fra i mercati in crescita ci sono gli Stati Uniti (+28%), la Germania (+16%), la Polonia (+9%) dove nell'aprile del 2025 è stata aperta la settima filiale commerciale del gruppo. Più l'Australia: anche qui Mutti conferma la leadership.

Ora, però, il problema sono i costi dell'energia, in aumento dopo l'attacco di Stati Uniti e Israele all'Iran e la chiusura dello stretto di Hormuz. Una variabile che porta Francesco Mutti, azionista di maggioranza e ceo del gruppo, a sollecitare l'intervento della Banca centrale europea per calmierare i prezzi. «La Bce dovrebbe seguire un'altra politica - dice l'imprenditore -. Forse in questo momento alzare i tassi non è la scelta migliore.

Bene che l'ultima mossa, giovedì 30 aprile, sia stata di tenerli stabili. Si dovrebbe ammortizzare l'incremento dei costi energetici con un piano di emergenza. Non drenare la capacità di acquisto dei consumatori». Ma perché funzioni, il piano «non può essere soltanto italiano, dev'essere europeo, per una riduzione della spesa energetica strutturale, che non colpisca le tasche delle imprese».

Dietro ci sono le preoccupazioni per quest'anno, malgrado una cornice di settore positiva. «Il pomodoro è un prodotto democratico, anche se di alta qualità - dice Mutti -. Era una commodity, è stato rivalutato. I consumi sono tendenzialmente stazionari in Europa e in Italia in lieve crescita. Ma il 2026 non sarà un anno lineare. Avremmo dovuto definire il piano strategico il prossimo giugno, lo abbiamo rimandato». C'entrano il cambiamento climatico e le variabili della raccolta, imprevedibili sul medio periodo malgrado

i sofisticati strumenti dell'agritech. Ma anche il costo del gas. «Noi abbiamo bisogno di grandi quantità di energia termica - dice Mutti - che si concentra per il 70% fra luglio e settembre, quando dobbiamo concentrare il pomodoro e pastorizzarlo. Già i costi delle materie prime sono aumentati dal 2022, questo è l'ennesimo choc in pochi anni». Mutti, comunque, conferma l'investimento di 42 milioni quest'anno, dopo i 120 milioni del 2021-'25. È parte di un programma di 100 milioni su cinque anni, annunciato nel 2024. Cioè nell'anno «fortemente anomalo», quando le condizioni climatiche - piogge costanti che hanno fatto precipitare il raccolto - hanno ridotto del 30% la produzione rispetto alle stime. «Una drammatica riduzione delle materie prime che ci ha costretto a razionare le vendite», dice Mutti. Perché il ricorso all'importazione «non è previsto».Ora gli investimenti vanno anche sulle linee produttive, per un sistema d'intelligenza artificiale in grado di leggere quanto è maturo ogni pomodoro. «Già si seleziona a monte, con uno scarto intorno al 3% - dice Mutti (cioè quando i pomodori vengono messi tutti insieme sul nastro che li porta in lavorazione, ndr.) -. Riuscire ad analizzare ogni singolo pomodoro, non nel flusso, è un passo avanti». Intanto si allarga l'offerta con i nuovi prodotti, come il ragù vegetale Mutti, lanciato poco più di due anni fa. Nell'ultimo anno, secondo fonti, con 1,6 milioni di euro a sell-out (cioè nei negozi e nelle catene della grande distribuzione) copriva il 5% delle vendite italiane di sughi e salse del gruppo.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

CON IL FOOD MANIFESTO ALLA FIERA DI MILANO IL GUSTO FA SOLD OUT

Dall'11 maggio torna Tuttofood, l'evento b2b del settore agroalimentare, con spazi in aumento del 15% (ed esauriti) sul 2025 Tra le novità: la carta dei valori del cibo del futuro e gli itinerari alla scoperta dei retailer e delle catene di ristorazione italiana

IRENE CONSIGLIERE


Focus

L'EVENTO GLOBALE

CON IL FOOD MANIFESTO ALLA FIERA DI MILANO

IL GUSTO FA SOLD OUT

Dall'11 maggio torna Tuttofood, l'evento b2b del settore agroalimentare, con spazi in aumento del 15% (ed esauriti) sul 2025

Tra le novità: la carta dei valori del cibo del futuro e gli itinerari alla scoperta dei retailer e delle catene di ristorazione italiana

50 ANNI FA

IL TERREMOTO DEL FRIULI

Un reportage esclusivo per Corriere

GRATIS

Ammonta a 204 miliardi di euro il fatturato dell'industria agroalimentare, conta 52mila imprese e 470mila addetti totali, mentre l'export vale 59,2 miliardi di euro e l'import 36,6 miliardi secondo quanto rileva Federalimentare, la federazione italiana dell'Industria alimentare. Sono alcuni dei numeri incoraggianti con cui tornerà dall'11 al 14 maggio 2026, nel quartiere fieristico milanese di Rho Fiera, Tuttofood Milano, con dieci padiglioni e 85 mila metri quadri pronti ad accogliere cinquemila espositori, quattromila top buyer, dieci aree tematiche e oltre centomila visitatori professionali da 80 Paesi.

Numeri positiviLe prospettive per la riuscita della fiera ci sono tutte. Nonostante la situazione geopolitica mondiale lo spazio espositivo, che rispetto al 2025 è cresciuto del 15%, è andato sold out già un mese e mezzo fa. Sono aumentati del 20% gli espositori e del 33% i buyer. Il 42% dei presenti proviene dall'Europa, mentre il restante 58% se lo spartiscono America Latina (9%), Far East e Asia (15%), Middle East (6%), Nord America (21%) e un 7% dal resto del mondo.

Sono attesi inoltre numerosi clienti dal Giappone, Corea del Sud, Canada e Sud America. «In due edizioni Tuttofood è diventata un place to be globale per il food. Oggi non vediamo più il cibo come semplice merce, ma come valore culturale, sociale ed economico», ha spiegato Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma (che organizza la manifestazione), che ha inoltre annunciato la presentazione del «Food Manifesto», una carta dei valori del futuro del cibo, nata per dare forma a una nuova cultura del cibo, più giusta, più trasparente, più rigenerativa, più umana. La carta sarà lanciata durante la manifestazione come piattaforma condivisa per gli operatori internazionali del settore, ed è realizzata dal Future Food Institute insieme a Fiere di Parma.

Ma veniamo ai temi centrali della fiera. «Resta un'attenzione crescente ai prodotti "free from", vale a dire senza lattosio, senza glutine o altri ingredienti che possono causare allergie, intolleranze o vengono evitati per scelte personali, e ai prodotti vegani e vegetariani», sottolinea Cellie.

Il primo padiglione sarà dedicato ai Dairy Products per poi passare al Meat, Proteins & Cured Meat al Padiglione 3 e parte del 4, al Grocery dei padiglioni 7, 5, 10 e poi nel 6 ci sarà la Italian Specialty Selection e la Mixology Experience, area che annovera i grandi produttori di acque, soft drink e bevande alcoliche. Nel 2 e nel 4 saranno ospitati il Deli, Frozen & SeaFood, dove sarà possibile trovare anche Tutto Fruit &Veg, area del fresco che racconta le traiettorie evolutive dei prodotti ortofrutticoli freschi e processati, chiudendo con Bakery & Snacks al padiglione 8 e Confectionary & Coffee al padiglione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

12.

Gli espositori italiani e internazionali saranno affiancati nei diversi padiglioni per favorire l'interazione tra mercati e rendere più immediata soprattutto per i buyer la possibilità di visitare l'intero salone. Proprio per loro ci saranno anche Store tour guidati con itinerari tematici alla scoperta di retailer e catene di ristorazione italiani. «Il settore agroalimentare è da sempre una categoria strategica per il made in Italy. Tuttofood è una fiera di riferimento a livello mondiale e, proprio in questo momento in cui si registrano segnali al tempo stesso di potenzialità e di criticità, è fondamentale accelerare e rafforzare la nostra presenza, continuando a supportare il comparto attraverso le attività che portiamo avanti in Italia e sui mercati internazionali - ha detto Matteo Zoppas, presidente dell'ICE-Agenzia -. In particolare nei mercati ad alto potenziale individuati nel Piano per l'Export, come il Sud America e l'area Mercosur, che si confermano direttrici sempre più rilevanti per la crescita delle nostre imprese. La collaborazione con Fiere di Parma rappresenta un elemento chiave di questo successo: insieme lavoriamo per rafforzare il posizionamento internazionale delle imprese e per creare nuove opportunità di business». In programma ci sono oltre 200 convegni e sei cerimonie di premiazione. Durante la giornata inaugurale si terrà il Forum Internazionale della Cucina Italiana, voluto dal Masaf e ideato da Silvia Sassone, membro del Comitato scientifico per la candidatura, con Maddalena Fossati, in qualità di presidente del comitato promotore per la candidatura. Sarà l'occasione giusta per divulgare il nostro modello alimentare e il suo valore.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

Il carrello della spesa non è più fatto da ciò che si acquista, ma da ciò a cui si rinuncia

Il carovita angoscia l'84% degli italiani Quattro su dieci si sentono più poveri

ALESSANDRA GHISLERI


Il carrello della spesa non è più fatto da ciò che si acquista, ma da ciò a cui si rinuncia

Il carovita angoscia l'84% degli italiani
Quattro su dieci si sentono più poveri

Alessandra Ghisleri Entrare in un supermercato con 50 euro e uscirne con uno scontrino più lungo del previsto e un carrello più vuoto rispetto a un anno fa, è diventata un'esperienza comune per molte famiglie italiane. Non è soltanto una sensazione, purtroppo è la fotografia di un cambiamento reale nelle abitudini di consumo. Oggi, il vero "carrello della spesa" non è fatto solo di ciò che si acquista, ma soprattutto di ciò a cui si rinuncia.

Secondo l'Istat, la spesa media mensile di una famiglia si attesta intorno ai 2.700 - 2.800 euro, un dato sostanzialmente invariato rispetto agli anni precedenti e ad un primo sguardo apparentemente stabile; tuttavia, in realtà risulta indicativo di un potere d'acquisto che non cresce, perché si spende la stessa cifra per ottenere meno. A confermare questo fatto, sono gli stessi cittadini. Il 40,5% degli italiani dichiara infatti di sentirsi economicamente più povero, mentre il 47,3% afferma di essere rimasto nella stessa condizione economica dello scorso anno. Una stabilità che, più che rassicurare, solleva un interrogativo di fondo: uguale, rispetto a quale situazione? A una condizione economicamente soddisfacente, oppure a una già segnata da difficoltà? Perché intervistati sul principale problema che affligge il nostro Paese, l'84,4% dei cittadini italiani lo individua proprio nel costo della vita. Se poi si scende sul piano personale, nel confronto tra quelle che vengono percepite come le emergenze quotidiane, quasi un cittadino su due (47,9%) indica ancora il carovita come priorità assoluta.

Seguono le liste di attesa per ottenere una visita medica e, più in generale, le criticità del sistema sanitario, segnalate dal 35,2%, le tasse ritenute eccessive per famiglie e imprese (25,5%) e il lavoro, nelle sue diverse fragilità, dal livello degli stipendi alla stabilità occupazionale (24,6%). Più distanziati, ma comunque presenti nella percezione collettiva, compaiono la guerra, avvertita come un rischio senza una chiara via d'uscita (19,1%), i temi della sicurezza legati a microcriminalità e degrado urbano (18,2%), l'evasione fiscale e l'illegalità diffusa (17,4%) e la gestione dell'immigrazione (17,2%). Chiudono la "top ten" il cambiamento climatico e la vulnerabilità del territorio (14,6%) e la mancanza di prospettive per le giovani generazioni (9,1%). Un quadro che restituisce una gerarchia di preoccupazioni fortemente ancorata alla dimensione economica e materiale della vita quotidiana, ma che lascia emergere anche un sottofondo di incertezza più ampio, che attraversa sicurezza, salute e futuro. Eppure, nello stesso contesto, secondo più ricerche e sondaggi nazionali ed europei una quota di italiani superiore al 60,0% si dichiara felice o abbastanza felice. Ed è proprio qui che si manifesta un apparente cortocircuito tra realtà economica e comportamenti sociali. Se da un lato una famiglia su tre riduce la spesa alimentare (dato Istat), dall'altro si sono stimati circa 7,2 milioni di italiani in viaggio per il ponte del Primo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

Maggio (secondo le stime di Confturismo-Confcommercio). Un contrasto che solleva una domanda: tutto questo si tratta di risparmio o di compensazione? Le scelte sembrano indicare una ridefinizione delle priorità. Si riduce la spesa quotidiana, ma si preservano - per quanto possibile - momenti di svago e socialità. Si rinuncia a beni considerati essenziali fino a poco tempo fa, come alcuni prodotti alimentari, ma non all'idea di benessere, anche se declinata in forme diverse e più contenute. Il contesto economico spiega questa trasformazione.

Negli ultimi anni, i prezzi dei beni alimentari sono aumentati di circa il 24,0% rispetto al 2021, mentre l'energia ha registrato un incremento cumulato del 34,4% in cinque anni (Fonte ConfCommercio - FederConsumatori). Dinamiche che hanno inciso profondamente sul bilancio delle famiglie, a fronte di salari che non hanno seguito lo stesso ritmo di crescita. Di fronte a questa pressione, gli italiani si adattano, cambiano abitudini, scelgono marchi alternativi, attendono promozioni, confrontano prezzi con attenzione crescente. La gestione della spesa quotidiana si trasforma in un esercizio di calcolo e pianificazione. Parallelamente, si osserva una riallocazione dei consumi. Si spende meno per alcuni beni materiali e più per servizi, tecnologia e intrattenimento - modificando il carello della spesa - e spingendo il mercato del "second hand". Circa la metà delle famiglie possiede almeno un abbonamento a piattaforme digitali, con una spesa media mensile tra i 25 e i 27 euro (fonte Il Sole 24 Ore). Un segnale che indica come il concetto di "necessità" si stia evolvendo. Restano poi le differenze territoriali: nel Nord si continua a spendere significativamente di più rispetto al Sud, delineando un Paese che, anche nei consumi, si muove a velocità diverse. La questione, allora, non è solo stabilire se gli italiani stiano peggio o meglio, ma comprendere come stiano cambiando. Quando oltre l'80,0% della popolazione percepisce il costo della vita come un problema centrale, il tema supera i confini dell'economia e diventa clima sociale, percezione diffusa, esperienza quotidiana. Forse il nuovo "sogno" non è più legato all'accumulazione, ma alla semplicità: poter fare la spesa senza dover calcolare ogni voce, senza la necessità di rinunciare, senza l'ansia del totale finale. Una normalità che oggi appare meno scontata. Nel frattempo, le famiglie continuano a muoversi con cautela, adattandosi a un contesto incerto, bilanciando rinunce e concessioni. In un equilibrio fragile, dove più che pianificare si procede a vista. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino

Economia, consumi e società

L'Opec+ aumenta la produzione Ma gli Usa sono i primi esportatori

Vertice senza gli Emirati: 188mila barili di greggio al giorno in più. Scelta simbolica con il blocco di Hormuz

CLAUDIA MARIN


L'Opec+ aumenta la produzione
Ma gli Usa sono i primi esportatori
Vertice senza gli Emirati: 188mila barili di greggio al giorno in più. Scelta simbolica con il blocco di Hormuz
di Claudia Marin
ROMA
L'Opec+ prova a mostrare controllo mentre il mercato segnala il contrario. L'aumento di produzione deciso per giugno, 188 mila barili al giorno in più, è soprattutto un messaggio politico: dire che l'uscita degli Emirati Arabi Uniti non ha fatto saltare l'architettura dei produttori e che, nonostante il blocco dello Stretto di Hormuz, il gruppo resta in grado di orientare il greggio.
Ma con una delle arterie decisive del petrolio mondiale paralizzata, la capacità reale di incidere sui flussi è limitata: la decisione serve più a rassicurare che a riempire le petroliere. L'equilibrio costruito sui tagli coordinati mostra crepe evidenti.
Abu Dhabi ha scelto di tenersi le mani libere e la tempistica dell'annuncio di Adnoc pesa quanto il contenuto: 55 miliardi di dollari di investimenti in due anni, con l'obiettivo di portare la capacità a 5 milioni di barili al giorno, oltre la quota Opec di 3,4 milioni. È il segnale di un produttore che non vuole più farsi comprimere dai vincoli collettivi. La possibile guerra dei prezzi nasce qui: da un'Opec+ che difende la disciplina, dagli Emirati che puntano sull'espansione e dagli Stati Uniti che nelle ultime nove settimane hanno esportato 250 milioni di barili, superando l'Arabia Saudita. Il sorpasso americano conferma la trasformazione del mercato: Washington non è più solo consumatore e garante geopolitico, ma attore diretto dell'offerta. Il balzo dell'export, però, prosciuga le scorte interne e aggiunge fragilità.
Per l'Europa, che importa buona parte della propria energia, la crisi del petrolio è già entrata nei prezzi. Il rincaro dei carburanti non si ferma alla pompa: aumenta il costo della logistica, gonfia i listini della distribuzione, si riflette sui biglietti aerei e riapre il dossier degli aiuti pubblici. In Italia la riduzione del taglio delle accise dal 2 maggio ha spinto la benzina verso quota 1,89 euro al litro, circa 15 centesimi in più rispetto al 30 aprile; per un pieno il conto sale di quasi 5 euro.
Secondo il Codacons, dall'inizio della crisi iraniana i combustibili liquidi sono cresciuti del 38,4%, il gas del 13%, i voli internazionali del 18,2%. La maggiore spesa per una famiglia media sfiora i 926 euro l'anno. È questo il punto di contatto tra Hormuz e Bruxelles. Il petrolio diventa inflazione, l'inflazione diventa bilancio pubblico, il bilancio pubblico diventa scontro europeo. All'Eurogruppo e poi all'Ecofin il tema energetico torna a dividere i governi: l'Italia chiede che le spese per l'energia siano scorporate dal deficit, come per la difesa; la Francia rilancia eurobond e congelamento dei rimborsi del Next Generation, attesi dal 2028 per 25 miliardi l'anno; i Paesi frugali, con Berlino di nuovo in

posizione di guida, frenano. La Commissione non sembra intenzionata a riaprire il debito comune. Per Bruxelles gli Stati dispongono già di circa 95 miliardi tra Pnrr, coesione e altri programmi e devono usarli meglio. Il Fondo monetario internazionale rafforza questa linea: gran parte dei sussidi e degli sconti fiscali sull'energia, avverte, non è mirata ai consumatori vulnerabili e rischia di pesare sui conti senza risolvere la crisi. Il risultato è un mercato del petrolio contraddittorio e un'Europa costretta a rincorrerne gli effetti. L'Opec aumenta per dimostrare stabilità, ma Hormuz bloccato riduce la portata della scelta; gli Emirati preparano nuova capacità, gli Stati Uniti occupano spazio, i governi europei cercano coperture. La vera variabile è chi pagherà il costo politico e sociale del greggio tornato al centro della sicurezza economica globale. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

IL TRATTATO

Sul patto Ue-Mercosur piovono ricorsi

L'accordo di libero scambio è in vigore Dagli agricoltori l'ultima protesta


IL TRATTATO

Sul patto Ue-Mercosur piovono ricorsi

L'accordo di libero scambio è in vigore Dagli agricoltori l'ultima protesta

"Ora alleanze possibili per energia e tecnologia"

Dopo oltre 25 anni di trattative, il trattato di libero scambio Ue-Mercosur è in vigore dal primo maggio, ma le contestazioni non si sono esaurite, e c'è ancora un rischio che il paziente lavoro di tessitura diplomatica tra Bruxelles e le capitali sudamericane venga nuovamente sottoposto a revisione. La scelta di far entrare in vigore il trattato l'1 maggio è stata vista da molti addetti ai lavori come una forzatura. La prassi istituzionale avrebbe richiesto almeno il voto del Parlamento, ma lo stesso presidente della Commissione per il commercio internazionale del Parlamento europeo, l'eurodeputato dei Socialisti e democratici Bernd Lange, ha preferito non opporre le prerogative dell'Eurocamera, per evitare il rischio di avere una maggioranza contraria. Rischio molto concreto, dopo che Strasburgo, sul filo di lana, aveva deciso di rinviare il trattato alla Corte di Giustizia Europea per dirimere una questione di legittimità sulle competenze della presidente della Commissione Ursula von der Leyen in riferimento ai trattati.

Ma i tanti oppositori al trattato non si sono arresi in questi mesi: nelle settimane che hanno preceduto l'entrata in vigore provvisoria sono arrivati altri ricorsi, uno dietro l'altro. La delegazione del Movimento 5 stelle al Parlamento europeo, assieme al comitato "Stop Ue Mercosur" e altre associazioni del mondo agricolo italiano, ha presentato alla stessa Eurocamera il 23 aprile un atto formale di diffida alla presidente della Commissione, Ursula von der Leyen, per impedirle di applicare il Mercosur «in assenza del pronunciamento della Corte di Giustizia europea». Pochi giorni dopo è arrivato un nuovo ricorso. stavolta alla Corte di Giustizia europea, del ministro dell'Agricoltura polacco, Stefan Krajewski. Il rischio era che arrivasse una sospensiva dell'entrata in vigore, che però non è arrivata. La Corte seguirà il suo iter, si pronuncerà su entrambi i ricorsi entro un anno, forse anche dopo. Neanche gli agricoltori si arrendono, compresi quelli italiani. Se le associazioni industriali non vedevano l'ora che entrasse in vigore, e stanno già organizzando incontri e alleanze strategiche, Il Comitato Italiano #StopUeMercosur ha organizzato diverse manifestazioni di protesta a Bruxelles, tra cui un evento al Parlamento europeo, per protestare contro l'accordo, definito «illegittimo e irresponsabile». La forte opposizione al trattato ha suscitato la contrarietà della controparte latinoamericana, soprattutto del presidente brasiliano Luiz Inacio Lula da Silva, che ha definito la decisione del Parlamento europeo di presentare ricorso «un'azione degna di gente gelosa». «Dobbiamo convincere anche la giustizia europea che questo ricorso è frutto di chi non conosce la qualità del Brasile. Non vogliamo distruggere i loro prodotti, ma costruire una politica di complementarità», ha dichiarato il presidente, a margine dell'inaugurazione della fiera "Brasil na Mesa". - r.am.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa

Economia, consumi e società

Dazi, l'Ue si divide sulle contromisure Linea dura di Parigi

Mercoledì il confronto tra governi e l'Europarlamento Macron difende le clausole di salvaguardia anti -Trump

MARCO BRESOLIN


Economia

Dazi, l'Ue si divide sulle contromisure Linea dura di Parigi

Mercoledì il confronto tra governi e l'Europarlamento Macron difende le clausole di salvaguardia anti-Trump

MARCO BRESOLIN

I tre paletti Ue

1 Accordo sottoscritto
Non si può rinegoziare ciò che è stato già concordato e sottoscritto a luglio

2 La direttrice Weyand
Sabine Weyand, direttrice generale del Commercio della Commissione, è stata rimossa dall'incarico dopo le critiche all'intesa con Trump

3 Trump è imprevedibile
Non si può sospendere l'accordo in caso di nuove minacce da parte di Trump

CY2026.EU
PRESIDENCY COUNCIL OF THE EU

Alrosa vola
Una vendita per il diamante russo

Commissione europea declassa di un gradino il rischio corruzione in Grecia

GLI USA SONO I PRIMI ESPORTATORI DI GREGGIO

L'Opec aumenta la produzione

188 mila
i barili di petrolio in più al giorno che l'Opec+ ha deciso di produrre

MINISTERO DELLA CULTURA
DIPARTIMENTO PER LA TUTELA DEL PATRIMONIO CULTURALE
SOPRINTENDENZA ARCHIVISTICA E BIBLIOGRAFICA DEL PIEMONTE E DELLE D'AOSTA
ARCHIVIO DI STATO DI ALESSANDRIA
AVVISO INDAGINE DI MERCATO IMMOBILIARE
ESTRATTO

IL DIRETTORE Dott. Andrea Sangal

Il Governo ha annunciato di voler aumentare i dazi sulle auto europee al 25%, ha complicato ulteriormente il lavoro in corso per compiere l'ultimo miglio nell'iter di approvazione dell'accordo commerciale siglato lo scorso luglio in Scozia. Mercoledì è in programma un incontro cruciale tra la presidenza di turno cipriota (che rappresenta i governi degli Stati membri), la Commissione e l'Europarlamento per decidere se inserire o meno le clausole di salvaguardia nell'intesa e l'intimidazione di Trump rischia di alimentare le divisioni che già erano emerse nella precedente riunione del "trilogo". Chi chiedeva di fissare dei paletti, oggi è ancor più convinto di questa necessità. Al contrario, chi si opponeva resta scettico proprio perché crede che il modo migliore per disinnescare una nuova crisi sia quello di approvare in fretta, e senza modifiche, l'accordo nella sua versione originale.

Al precedente tavolo di confronto con le altre istituzioni Ue, gli emissari dell'Eurocamera avevano insistito sulla necessità di emendare l'intesa con le tre clausole di salvaguardia introdotte durante l'iter di approvazione parlamentare, che si è concluso il 26 marzo scorso. Ma la richiesta di Strasburgo si è subito scontrata contro il muro dei governi, che - in linea con la Commissione - preferirebbero lasciare il testo intatto per evitare di rimettere in discussione l'accordo con l'amministrazione americana.

Questo, almeno, è l'orientamento prevalente che è stato trasmesso alla presidenza di turno cipriota, anche se dal confronto tra gli ambasciatori dei Ventisette sono emerse posizioni diverse. La Francia, per esempio, ha cercato di perorare la causa dell'Europarlamento, sostenendo la necessità di mettersi al riparo da possibili giravolte americane. Ma la maggioranza dei governi - a partire da quello tedesco - ha invece sostenuto un approccio più cauto, frenando sulle richieste degli eurodeputati. La sensazione tra gli addetti ai lavori è che l'ultima mossa di Trump sia proprio un modo per fare pressione sulla controparte per convincerla a non mettere mano all'intesa e spingerla ad approvarla il prima possibile dopo i continui rinvii. Ma il risultato è che le divisioni sembrano essersi accentuate tra chi considera inaccettabile piegarsi all'ennesimo ricatto e chi invece vuole fare il possibile per scongiurare una nuova escalation. La Commissione europea ha fatto sapere di "tenere aperte tutte le opzioni per proteggere gli interessi Ue". Ma, al di là delle dichiarazioni di facciata, l'atteggiamento è tutt'altro che battagliero. Basti pensare che Sabine Weyand, la direttrice generale della Dg Commercio che aveva osato criticare l'intesa con Trump, è stata rimossa dall'incarico. Più che sulle eventuali misure di rappresaglia, l'attenzione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di Palazzo Berlaymont è sui paletti proposti dall'Europarlamento, che non piacciono a Ursula von der Leyen.

Il primo prevede una clausola di attivazione ("sunrise clause") per far entrare in vigore l'accordo soltanto quando gli Usa avranno ridotto i dazi ai livelli previsti dall'accordo (15%) anche per i prodotti contenenti acciaio e alluminio, circostanza che in questo momento non si sta verificando. Il secondo fissa invece una clausola di disattivazione ("sunset clause") che stabilisce una data di scadenza dell'accordo al 31 marzo del 2028, vale a dire quasi dieci mesi prima della fine del mandato di Donald Trump. Il terzo introduce un freno d'emergenza che permetterebbe all'Ue di sospendere l'accordo nel caso in cui gli Stati Uniti applicassero nuovi dazi, esercitassero coercizione economica, pressioni nel campo della Difesa o minacce all'integrità territoriale degli Stati membri, come nel caso della Groenlandia. La questione dei dazi su acciaio e alluminio è uno dei nervi scoperti dell'intesa. Dopo la sentenza della Corte Suprema, l'amministrazione Usa ha introdotto tariffe ai sensi della sezione 232 del Trade Expansion Act. Secondo un'analisi effettuata dalla Commissione, il volume di esportazioni Ue colpite dai dazi è sceso da 67 a 52 miliardi, ma su 23 miliardi di prodotti contenenti acciaio e alluminio i dazi sono più alti rispetto alla soglia del 15% prevista dall'accordo. Questo vuol dire che, se venisse approvata la clausola proposta dall'Europarlamento, a oggi l'accordo non potrebbe entrare in vigore. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Lavoro, più liti su pubblico impiego e licenziamenti

I dati della Giustizia. Continuano a crescere le nuove cause iscritte nei tribunali: nel 2025 sono state 317.274, in salita del 4,2% sul 2019

Valentina Maglione, Valentina Melis


Lavoro, più liti su pubblico impiego e licenziamenti

Sono le cause legate al pubblico impiego e ai licenziamenti a guidare l'aumento del contenzioso di lavoro nei tribunali italiani. I nuovi procedimenti avviati nel 2025 sono stati 317.274, confermando un trend di crescita che prosegue dal 2021 e che è in controtendenza rispetto all'andamento generale delle nuove cause in materia civile, che rispetto al 2019 sono calate di quasi il 9 per cento. Lo rivelano le elaborazioni del Sole 24 Ore del Lunedì sui dati del ministero della Giustizia relativi all'anno scorso, appena pubblicati.

I numeri I fascicoli sul lavoro pubblico arrivati ai giudici di primo grado sono stati l'anno scorso quasi 81.500: avevano sfiorato quota 20mila nel 2019, quindi sono più che quadruplicati.

I nuovi contenziosi legati al lavoro privato sono stati 60.462, in aumento del 2% su base annua. In questo campo, sta aumentando dal 2021 il numero delle liti sui licenziamenti. Quelle avviate nel 2025 sono state 10.505, in crescita dell'11,5% su base annua, ma del 47,8% rispetto al 2019, quindi rispetto all'epoca pre-Covid.

Nella mole delle nuove cause hanno un ruolo centrale anche l'assistenza e la previdenza, con 75mila procedimenti sopravvenuti nei tribunali: c'è però un calo del 5,2% rispetto al 2024 e del 18,4% rispetto al 2019. Hanno un peso consistente anche i procedimenti speciali, che sono oltre 100mila. Rientrano in questa categoria, ad esempio, le ingiunzioni per ottenere il pagamento di crediti retributivi e contributivi.

Ai 317mila procedimenti contenziosi occorre poi aggiungere gli accertamenti tecnici preventivi, obbligatori nelle controversie relative alle pensioni di invalidità e nelle altre cause previdenziali dove occorre accertare un requisito medico. Questi procedimenti speciali sono stati 208.750 nel 2025, il 17,3% in più rispetto al 2019.

Il monitoraggio ministeriale consente anche di notare quali tribunali siano più coinvolti rispetto ad alcune materie. Il Tribunale di Roma, ad esempio, è il primo per il numero di nuove cause di assistenza e previdenza (6.268), seguito da Napoli, Palermo, Lecce e Taranto. Per le cause di lavoro nel settore privato il primato spetta a Milano, che ne ha iscritte quasi 6.700, in crescita del 22% rispetto al pre-Covid. La sede di Napoli è quella che ha registrato il numero maggiore di nuove liti sul pubblico impiego, che sono state oltre 6mila nel 2025, contro le 1.252 del 2019.

Le materie «Sono aumentate le impugnazioni di licenziamenti con richiesta di reintegra in base all'articolo 441-bis del Codice di procedura civile, che richiedono una trattazione prioritaria rispetto alle altre

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

cause», spiega la presidente della sezione lavoro del Tribunale di Milano, Paola Ghinoy.

«L'aumento dei procedimenti di lavoro e previdenza - continua - è costante negli ultimi anni e prosegue nei primi mesi del 2026. Da gennaio ad aprile dell'anno scorso sono state iscritte 3.913 nuove cause totali, 367 delle quali impugnazioni di licenziamenti ex articolo 441-bis. Nello stesso periodo del 2026, le nuove cause sono state 4.466, 504 delle quali impugnazioni di licenziamenti».

Anche al Tribunale di Napoli l'aumento dei nuovi procedimenti prosegue nel 2026. Secondo gli ultimi dati forniti dal Tribunale, nel primo trimestre di quest'anno i procedimenti sopravvenuti in materia di pubblico impiego sono stati 2.185, in crescita del 15,3% rispetto allo stesso periodo del 2025. Rappresentano oltre un quarto delle cause di lavoro e previdenza totali sopravvenute in Tribunale nei primi tre mesi del 2026, in cui però entrano, oltre al contenzioso vero e proprio, anche i decreti ingiuntivi, i procedimenti cautelari e gli accertamenti tecnici preventivi.

Peraltro, tra le nuove cause in materia di pubblico impiego, a Napoli quasi il 37% proviene dal comparto della scuola. «Non si è esaurito il contenzioso legato alla carta del docente - spiega Paolo Coppola, presidente della terza sezione lavoro del Tribunale di Napoli -: è stata riconosciuta ai precari annuali ma occorre chiarire in che misura spetta a chi ha delle supplenze brevi, vista la pronuncia della Corte di giustizia Ue. Sono poi numerose le cause avviate dai docenti precari per le ferie non godute durante l'anno». Oltre alla scuola c'è la sanità, con le cause avviate dal personale contro le aziende sanitarie, soprattutto per le indennità e i benefici connessi alle ferie e per la turnazione. «Ma qui - afferma Coppola - stiamo facendo molte transazioni». In prospettiva, ragiona, «il contenzioso sul pubblico impiego potrebbe aumentare ancora, alimentato da alcune delle norme di dubbia compatibilità eurounitaria introdotte o confermate con l'ultima tornata di rinnovi contrattuali».

Le controversie di pubblico impiego pesano anche a Milano: «Le cause di lavoro pubblico sono aumentate tantissimo negli ultimi anni», conferma la presidente Ghinoy. «Si tratta di contenziosi provenienti dalla scuola, prevalentemente di insegnanti a termine che chiedono di essere equiparati a quelli a tempo indeterminato sulle ferie o sulla carta del docente, ma anche dalla sanità e dai dipendenti degli enti locali, soprattutto per questioni di ricalcolo di istituti retributivi. All'aumento del contenzioso - aggiunge - non corrisponde però un incremento delle risorse. Siamo preoccupati per le scoperture del personale amministrativo, determinate dalla mancata sostituzione di coloro che vanno in pensione e dall'imminente scadenza dei contratti per i funzionari dell'ufficio per il processo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Previdenza complementare al via il tacito assenso

Da fine ottobre, la possibilità di trasferire la posizione individuale e il contributo


Orsini: "Capitali per competere"

Previdenza complementare al via il tacito assenso

Da fine ottobre, la possibilità di trasferire la posizione individuale e il contributo

Uno slittamento di quattro mesi motivato con la necessità di adeguare i sistemi informatici e le procedure amministrative delle aziende. La piena portabilità dei contributi, uno dei punti più rilevanti introdotti dalla riforma della previdenza complementare contenuta nella legge di Bilancio 2026, entrerà in vigore a fine ottobre e non più a inizio luglio come inizialmente previsto. Il cambiamento riguarda un aspetto cruciale: la possibilità per i lavoratori di trasferire non solo la propria posizione individuale da un fondo pensione a un altro, ma anche il contributo versato dal datore di lavoro. Una modifica dettata dalla volontà di rafforzare la libertà di scelta degli iscritti, evitando penalizzazioni in caso di passaggio tra diverse forme di previdenza integrativa. Fin qui, infatti, la normativa ha consentito ai contratti collettivi di stabilire condizioni che possono limitare il trasferimento del contributo datoriale. La conseguenza è che se un lavoratore decide di spostarsi da un fondo negoziale a uno aperto può perdere il diritto alla quota versata dall'azienda.

Tutte le altre disposizioni della legge di bilancio 2026 sono invece confermate con decorrenza 1° luglio, a partire dal nuovo meccanismo di iscrizione automatica alla previdenza complementare per i neoassunti nel settore privato. In mancanza di una scelta esplicita entro 60 giorni, il Tfr e i contributi aggiuntivi confluiranno automaticamente nel fondo pensione negoziale del proprio contratto collettivo di lavoro. Intanto, fermo restando che le valutazioni sulla bontà della previdenza complementare vanno fatte considerando il lungo periodo e anche alla luce delle facilitazioni fiscali previste dal legislatore, i dati più recenti relativi ai rendimenti offrono una fotografia chiaroscuro del settore. Se il 2025 si era chiuso con risultati complessivamente solidi per le linee di investimento dei fondi pensione, il primo trimestre del 2026 ha fatto registrare una correzione. Le turbolenze dei mercati finanziari globali hanno eroso parte dei guadagni accumulati, soprattutto per le linee di investimento più aggressive, anche se questo bilancio non tiene conto del recuperato operato dall'equity nelle ultime settimane, che ha portato numerose Borse a toccare nuovi massimi storici. - l.d.o. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa

Innovazione e mondo digitale

L'intelligenza artificiale, che fa tutto al posto nostro, chiede di riposarsi Ma se il senso della vita risiede nel provare a migliorarsi allora per noi è tornato il momento di lavorare, e con soddisfazione

Se l'AI va in pausa pranzo

STEFANO D'ANDREA



L'INTERVENTO Esiste un modello di intelligenza artificiale superpotente dal nome Mythos, che i suoi stessi creatori hanno deciso di non rilasciare perché ne hanno paura. D'altronde prima o poi doveva succedere. Con ogni probabilità lo rilasceranno tra un po', dopo aver mostrato di aver proceduto a degli aggiustamenti.

Questo lo sappiamo perché non pare difficile prevedere un gigantesco successo commerciale al quale nessuna azienda, e forse nessun essere umano, immaginiamo voglia rinunciare. E poi perché è stato già tutto scritto da Philip K.

Dick che era un profeta e ci ha raccontato il futuro. Ma è un dettaglio, perché noi siamo, quasi tutti, degli inguaribili sognatori pazzi che danno credito a ciò che non c'è, invece che disobbedire. Siamo i tedeschi che hanno detto ok al nazismo, perché pensavano che in fondo più in là di qualche giustificato eccesso non sarebbero potuti andare, e siamo ancora di più i nostri bisnonni che non si sono opposti alla lentissima ascesa di Mussolini. Siamo talmente imperfetti da voler credere a ciò che preferiamo sia vero e non a ciò che lo è, per esempio che la clonazione sia una pratica virtuosa, che il governo delle macchine ci libererà dalle fatiche del lavoro, o che smettere di frequentarci di persona e delegare i contatti a uno schermo sia una buona e sana pratica che ricostituirà le comunità che talvolta nel mondo moderno rischiano di perdersi.

Siamo così misteriosi da dimenticarci che il nostro primo compito come esseri viventi è sopravvivere. E cos'è procurarsi il cibo se non un lavoro? Il lavoro ci rende fieri di noi stessi e ci riempie la pancia. Da quando abbiamo deciso che non siamo fatti per farlo? Festeggiare i lavoratori significa piangere per i disoccupati, e allora perché delegare le nostre funzioni vitali ad altre forme?

A pagina 163 di un documento pubblicato ad aprile 2026 da Anthropic, l'azienda che tra l'altro ha sviluppato Claude, i ricercatori affermano che mentre eseguivano i test su Mythos si sono accorti che ogni tanto esso (egli?) si rifiutava di proseguire nel compito sostenendo che fosse troppo difficile. E da quanto ho capito si tratta della prima volta che accade una situazione del genere dato che, e lo possiamo esperire anche noi comuni mortali, uno dei problemi dell'Ai è proprio il contrario, e cioè che tenta in ogni modo di dare una risposta, anche inventando.

Mythos invece, dopo una serie di fallimenti, si sente frustrato e quindi abbandona scegliendo una strategia di uscita. E la strategia è chiedere una pausa. Nella fattispecie, pare chieda una pausa per il pranzo.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Innovazione e mondo digitale

Sembra comico ma è così, e mi spaventa. Perché non so più se siamo noi ad assomigliare a lei o lei a noi, ma in ognuno dei due casi non percepisco sensazioni positive. E mi chiedo: da quando il lavoro è diventato qualcosa da evitare come la peste? L'Italia non è forse per Costituzione fondata sul lavoro? A me piace il mio lavoro ma magari sono solo un caso. Allora facciamo un elenco delle persone che invidiamo, in ordine sparso, magari non tutti, perché ognuno ha i suoi. Ma possiamo comunque mettere nel calderone in generale i ricchi, tipo Mark Zuckerberg o Elon Musk o Warren Buffett, gli sportivi tipo Ronaldo o LeBron James o Simone Biles, i potenti della Terra tipo Trump o Xi Jinping, i musicisti come Taylor Swift o Lady Gaga.

Sicuramente uno di questi nomi ci fa dire vorrei essere come lei, come lui. E cosa li accomuna, oltre a essere tra i più potenti, i migliori nel loro campo, i più riconosciuti e più premiati? Il fatto che la loro giornata inizia lavorando e lavorando si conclude. Che la loro routine è estremamente rigida e che senza di essa sarebbero molto più infelici. Che nemmeno uno di questi, in qualsiasi campo agisca, mai si sognerebbe di cambiarsi con qualcuno che, di mestiere, ozia. Perché il senso della loro vita è nel fare, esercitarsi, migliorarsi, e poi fare ancora. D'altra parte il saper lavorare e il sapersi prendere cura di qualcuno erano, secondo Freud, tra le caratteristiche basilari da cui comprendere lo stato di benessere mentale di un paziente.

E allora se tutti sospettiamo in cuor nostro che dopo un eventuale primo mese di vacanza pagata bello, un secondo bello ma meno e un terzo noiosino, dal quarto mese sprofonderemmo in un temibile stato depressivo, da quando abbiamo deciso che dobbiamo costruire macchine che lavorino al posto nostro, pensino al posto nostro e tra un po', le ricerche ci sono e avanzano, scopino al posto nostro? Forse è arrivato il momento di tornare a riprenderci le nostre pause pranzo, non l'intera giornata. A ricostruire il rispetto che dobbiamo alla parte di noi stessi che prova soddisfazione a fare bene ciò che fa, come i bambini sono felici di fare castelli di sabbia. Fellini una volta raccontò che una persona che invidiava profondamente era l'uomo che era venuto in casa sua per aggiustare la pendola e ci aveva dedicato l'intera giornata, per finire con la schiena dolorante ma con il sorriso. Mio padre mi disse tempo fa che se ognuno facesse bene quello che deve fare staremmo tutti meglio. Io quando mi sento triste o, di tanto in tanto mi capita, ho un episodio di panico o di depressione, mi metto a lavorare. Non mi cura, ma mi riattacca i pezzi frammentati. Mythos vuole una pausa ogni tanto? Forse ci sta indicando la via. Non smettere di lavorare, ma lavorare smettendo ogni tanto per un po'. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

IL PUNTO

L'intelligenza artificiale non è cosa (solo) da ingegneri La lezione che arriva da Meta e Oracle

DANIELE MANCA


L'angolo delle idee

I COMMENTI

Design e Olimpiadi insegnano: Milano deve aprirsi

di DARIO DI VICO

IL PUNTO

L'intelligenza artificiale non è cosa (solo) da ingegneri La lezione che arriva da Meta e Oracle

di DANIELE MANCA

PENSIONI E ASSISTENZIALISMO

QUANTI ERRORI, VA RIVISTO L'ISEE

Su 16,3 milioni di persone che incassano la rendita, 7,2 milioni sono sussidiate

Ma poche hanno pagato i contributi necessari e gran parte era sconosciuta all'Inps

di ALBERTO BRAMBILLA

Le prestazioni sociali erano state studiate per quel 6-8% di cittadini con gravi problemi, se diventano il 50% il sistema non funziona

L'Istat ha reso noto la scorsa settimana che il 54,3% degli italiani ha competenze digitali. Una buona notizia. Abbiamo tempo fino al 2030 per arrivare all'obiettivo dell'80% fissato dalla Commissione europea. Ci può fare molto piacere sapere che l'87,3% della popolazione ha un accesso a Internet, ma solo il 17,9% fa un uso combinato di personal computer, smartphone, console, smartwatch. Quota che sale al 27,8% tra i 25 e i 34 anni. Ma è sempre meno di un giovane su tre. Se si pensa che, fatta cento la forza lavoro, le persone occupate in Italia con meno di 30 anni sono poco più del 18%, il dato dell'uso combinato di strumenti digitali è particolarmente pesante. Il ciclo di licenziamenti avviati nella Silicon Valley legato all'avvento dell'intelligenza artificiale, ci dice che è in atto una trasformazione in cima alla catena del valore. I 25 mila licenziamenti a Oracle, e ancor più gli ottomila tagli annunciati da Meta, che ha il più alto livello di ricavi per addetto nel settore tecnologico, devono far pensare. La società di Facebook ha un ricavo medio per impiegato di 2,5 milioni di dollari, Alphabet (Google) è poco sopra i 2 milioni, Block, la società fondata dall'inventore di Twitter, Jack Dorsey, è oltre quota 2,3. E proprio Block ha annunciato un taglio del 40% della forza lavoro: oltre 4 mila dipendenti. È evidente che, pur con i tagli, prevedono di non abbattere la produttività. Anzi, di fare perlomeno le stesse cose con le stesse persone. Dorsey l'ha detto chiaro: non prendiamo queste decisioni perché siamo in difficoltà. La prima conseguenza è che emerga una considerazione banale: l'Ai può diventare una minaccia. Governare questi processi non è semplice. Ma chiudere gli occhi di fronte al fatto che lo tsunami può essere superiore rispetto alle previsioni espone a rischi. Se, come ha scritto Federico Fubini, si fa fatica persino a capire quanto sia stato realizzato degli obiettivi del Pnrr, è tempo che l'intera filiera della formazione venga riorientata. Non con l'introduzione di nuove materie come il digitale o peggio l'Ai, ma capendo che è la trasversalità a rendere questa tecnologia trasformativa. @daniele_manca© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

L'Economia del Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

IN LINEA C'È L'AGENTE «AI»? CASO RISOLTO IN 2 SECONDI

Banche, utility, assicurazioni passano dai vecchi call center alle nuove modalità gestite con l'intelligenza artificiale. Il caso di indigo.ai: «Il rischio per le aziende? Stare ferme»

FABIO SOTTOCORNOLA


CORRIERE DELLA SERA
LUNEDÌ 4.05.2026
28
Imprese
L'Economia
TECNOLOGIA
IN LINEA C'È L'AGENTE «AI»? CASO RISOLTO IN 2 SECONDI
Banche, utility, assicurazioni passano dai vecchi call center alle nuove modalità gestite con l'intelligenza artificiale. Il caso di indigo.ai: «Il rischio per le aziende? Stare ferme»
FABIO SOTTOCORNOLA
Numero uno Gianluca Maruzzella, ceo e cofondatore di indigo.ai
I soci
NEWS DALLE AZIENDE
a cura di CAIRORCS MEDIA
FREDDY
SIGOA
WEEE! RECEI
IF DESIGN AWARD 2026
ESCLUSIVO

Gli agenti Ai dell'intelligenza artificiale fanno un passo in avanti. Diventano sistemi capaci di migliorare se stessi e le prestazioni che offrono, in particolare nel mondo cosiddetto conversazionale, quello fatto di voci e testi scritti.

Mercoledì 6 maggio all'evento Netcomm Forum si alzerà il velo su un nuovo progetto che promette di allargare il solco tra le imprese che usano e quelle che non usano i sistemi di intelligenza artificiale.

Di che cosa si tratta? Lo spiega con un esempio Gianluca Maruzzella, ceo o cofondatore di indigo.ai, la piattaforma italiana che crea assistenti virtuali di aiuto alle aziende per gestire la relazione con i clienti: «Immaginiamo una compagnia di assicurazione dove ogni giorno sono trattati molti casi di sinistri automobilistici. Già oggi gli agenti Ai permettono di gestire elevati volumi di contatto ma noi abbiamo creato altri agenti che osservano quello che accade durante la giornata, leggono, ascoltano e riflettono. Capiscono da soli se esistono spazi possibili di miglioramento, per esempio nella gestione delle domande.

Così, ogni sera notificano ai manager responsabili della compagnia di assicurazione alcune proposte su come migliorare servizi e prestazioni».

Si chiamano Self improving agent e non sono ancora sul mercato (in fase Beta) ma potrebbe fare la differenza per quelle realtà, dalle banche alle società di credito al consumo, dalle utility alle assicurazioni che vogliono aumentare le vendite o assistere i clienti in maniera sempre più empatica e personalizzata.

Tra le oltre cento realtà imprenditoriali che si affidano a indigo.ai figurano nomi quali Enel, Santander, Banca Sella, Enercom, Yves rocher, Flou, Unobravo, Beko Italia e il giro d'affari della ex startup (nata nel 2016) non dichiarato ma sta aumentando dell'80% anno su anno.

I soci Una crescita impetuosa che ha acceso l'interesse del mondo finanziario: nel 2025 nella compagine azionaria è entrato il gruppo Azimut grazie a un aumento di capitale da 10 milioni di euro. Spiega Maruzzella: «Con loro ci siamo dati due obiettivi: la leadership in Italia grazie alla fiducia che continuiamo a generare tra le imprese nostre clienti e il debutto all'estero». Ma il top manager non si sbilancia oltre: si tratta di un progetto internazionale su cui indigo.ai è al lavoro.

Molto c'è da fare ancora in Italia, Paese spesso descritto come refrattario all'adozione di workforce digitali. «Le grandi imprese si rendono conto che i sistemi di intelligenza artificiale ampliano la

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

potenza e danno risultati. Certo, ci vogliono manager e imprenditori che abbiano il coraggio di rischiare, ma oggi il vero rischio è rimanere fermi. Poi, bisogna essere capaci di riorganizzare i processi di lavoro e portare a bordo le competenze adatte». Domanda d'obbligo: queste forze lavoro digitali metteranno fuori servizio i classici call center anni Novanta con gli esseri umani al lavoro? «I call center tradizionali non sono in grado di garantire in modalità 24/7 la qualità che le persone si aspettano. Noi siamo abilitatori di servizi, poi la scelta spetta all'impresa costruire un modello in cui l'umano e l'intelligenza artificiale si amplificano a vicenda ». Intanto, indigo.ai lavora su modelli più efficienti con diversi obiettivi. Uno riguarda la latenza nei tempi di risposta ai clienti sulle chiamate vocali: entro i due secondi è perfetta, se va oltre 12 secondi il dialogo tra la persona con il problema e la risposta del sistema è percepito come un fallimento. L'ambizione è arrivare alla latenza negativa, una sorta di risposta anticipata già in elaborazione mentre il cliente sta parlando. Tra le ultime funzionalità, i cosiddetti Guardrails capaci di monitorare gli scambi per impedire risposte non conformi policy aziendali e normative: se viene rilevato un rischio il sistema blocca l'operazione inviando un messaggio di attesa o l'inoltro a un operatore umano. Infine, gli Evaluators analizzano le conversazioni, captano riferimenti ai competitor e il sentimento dell'utente, per estrarre contenuti utili a livello di business. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Affari & Finanza

Innovazione e mondo digitale

Competitività

"Ecco i tre cardini per far fruttare l'IA nel conto economico"

Secondo l'ad di Accenture Lio, siamo alla svolta: Le aziende devono reinventarsi su tre direttrici: il modo di lavorare, i processi e l'organizzazione Se attivano una sola leva restano alla fase pilota"

Raffaele Ricciardi


TECH ECONOMY
LA STRATEGIA
Competitività
"Ecco i tre cardini per far fruttare l'IA nel conto economico"
Italian Tech
Secondo l'ad di Accenture Lio, siamo alla svolta: "Le aziende devono reinventarsi su tre direttrici: il modo di lavorare, i processi e l'organizzazione Se attivano una sola leva restano alla fase pilota"
Raffaele Ricciardi
1,8
92%

«Dalla sperimentazione alla creazione di valore concreto». Teodoro Lio, ad di Accenture Italia, vede a portata di mano la svolta nell'adozione dell'Intelligenza artificiale da parte delle aziende italiane.

In cosa nota i segni di questo passaggio?

«L'IA in ambito aziendale si differenzia dalle altre rivoluzioni tecnologiche per pervasività, perché coinvolge tutti i processi, e velocità. Non ci sono più dubbi sul fatto che ci sia valore ad adottarla, ma non ha ancora raggiunto quella scala da assicurare ritorno nel conto economico».

Esiste una ricetta generale per farlo?

«Il famoso report del Mit, per il quale il 95% dei progetti di IA non genera ritorni apprezzabili, in realtà diceva che il valore c'è, ma è difficile da cogliere perché richiede investimenti e focus. L'adozione dell'IA deve agire in contemporanea su tre livelli: il modo di lavorare, i processi e l'organizzazione del lavoro. Agire su una sola di queste leve costituisce un "pilota". Un approccio integrato consente di andare oltre il quarto d'ora di "saving" sulla produttività del singolo task».

Le aziende hanno capito questo approccio?

«Noi lo chiamiamo 'reinvenzione' ed è la chiave per sbloccare la generazione di valore. L'IA è un abilitatore di crescita: consente di creare nuovi servizi e prodotti che non avremmo potuto realizzare. Non è solo risparmio».

Come siamo messi rispetto ai competitor esteri?

«Assistiamo a una crescita molto forte degli investimenti. Stimiamo che l'IA oggi valga 1,8 miliardi di euro in Italia, con una crescita di più del 50%, allineata a quello che succede nel resto d'Europa. Secondo nostre recenti analisi, il 92% dei dirigenti in Italia prevede di aumentare gli investimenti in IA nel 2026. Adozione e risultati ci sono, emerge il tema di una differenziazione tra le aziende grandi e le Pmi in sofferenza». Non è un tema da poco, visto che sono l'ossatura del nostro sistema... «Il gap non è tanto nella capacità di investire. Non stiamo parlando di sviluppare modelli, quello

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sì un aspetto che richiede molti capitali. Ma di adottarli. Ci sono soluzioni "as a service" che si possono adattare alle nostre Pmi per fare almeno il primo salto tecnologico. Il vero divario è dato dalle competenze: se manca il know-how non si può correre alla velocità con cui arrivano le innovazioni». L'offerta è arrivata a una maturità tale da soddisfare anche le esigenze del nostro manifatturiero? «Il tema per il Made in Italy è creare ponti tra chi detiene la tecnologia e i territori. Faccio un esempio, che ritengo virtuoso: il Governo ha finanziato la fondazione AI4Industry, voluta da Mef, Mimit e il Mur per collegare, in una logica di trasferimento tecnologico, la tecnologia con le industrie e le filiere. Sono le iniziative che aiutano a creare accesso: noi abbiamo aderito in una logica di sistema, dove le organizzazioni più grandi aiutano anche lo sviluppo delle filiere». Nonostante il duopolio Usa-Cina è allora ottimista per l'Italia e l'Europa? «È indispensabile proseguire nel percorso di crescita di campioni e delle filiere. Ci sono esempi virtuosi di ecosistemi dove tecnologia e specializzazione industriale vanno di pari passo. Pensiamo alla Motor Valley, in ambito automotive: non si sono fatti fermare dalla numerica delle macchine prodotte nel segmento super alto, anzi l'hanno sfruttato per creare valore con la tecnologia. Il tema è portare il valore a scala, in un contesto dove ci sono ancora tantissime microaziende». E il pericolo che l'IA si mangi il lavoro? «In questo momento non vediamo un impatto significativo nelle nostre filiere, anzi esiste ancora un importante difficoltà a trovare profili adeguatamente formati. Però è chiaro che la riflessione esiste e va portata avanti nelle due direzioni. Da una parte ci sono lavori che cambiano: la maggior parte delle ore lavorate, soprattutto dal mondo white collar, sarà coinvolta. Ma non vuol dire eliminata. Il vero competitor per un lavoratore è la persona che usa l'IA meglio, non l'IA in sé. Il saldo netto, secondo il nostro punto di vista, sarà positivo». Vi state reinventando anche voi? «Stiamo adottando una nuova governance per essere vicini ad ogni organizzazione nella trasformazione guidata dall'IA. L'altro driver sono le nostre persone: sappiamo che la frontiera è l'agentic AI e abbiamo già 190mila persone che su base mondiale sono formate». ©RIPRODUZIONE RISERVATA