Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 26 settembre 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 26 settembre 2026

Coop Alleanza 3.0

25/09/2026 **GdoWeek** *Luca Moroni* 5
Logistica senza attriti

25/09/2026 **TTg Italia** 12
Gattinoni porta i soci Coop in agenzia con Msc

Area Emilia Romagna

26/09/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 16 13
Coop e ateneo uniti per formare manager tra IA e sostenibilità

25/09/2026 **gazzettadireggio.it** 14
Gratteri, Scanzi, Faltas e il caso Saman: a Rubiera torna "Degustare libri"

25/09/2026 **La Pressa** 15
Modena, Coop Alleanza 3.0: salta il tavolo sul lavoro agile per il personale di sede: clamoroso stato di agitazione

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

26/09/2026 **Messaggero Veneto** Pagina 24 *FRANCESCA ARTICO* 17
«Le pagine di cultura del Mv sono notevoli»

Area Marche e Abruzzo

26/09/2026 **Corriere Adriatico (ed. Pesaro)** Pagina 19 18
Città da gustare, dal vino di qualità all'accoglienza turistica

25/09/2026 **L'Aquila Blog** 20
L'Aquila, un luogo per le Madri Costituenti: la proposta di Pezzopane e Giannangeli

Area Sud e Isole

25/09/2026 **Trm Tv** 22
"Cara Dea", la forza delle parole contro il disagio giovanile al Corner Librerie Coop Alleanza 3.0

25/09/2026 **Sassi Live** 23
Presentato libro "Cara Dea. Lettere per continuare a vivere. Dal buio dell'adolescenza alla forza di andare avanti" nel Corner Librerie Coop Alleanza 3.0 del Centro Commerciale Mongolfiera di Venusio a Matera: report e foto

Controllate e partecipate

26/09/2026 **Corriere della Sera** Pagina 47 *DANIELA POLIZZI E NICOLA SALDUTTI* 24
«Mps è in una fase cruciale In Italia servono istituti più forti»

26/09/2026 **La Nazione (ed. Firenze)** Pagina 68 27
A Villa Donatello si parla di nascite Arriva la rivista «Fertilità a 360°» La guida alla salute riproduttiva

Coop e Cooperazione

25/09/2026 **Distribuzione Moderna** 28
Promotica affianca Coop nella campagna "Coop per la Scuola 2026"

26/09/2026 **La Stampa (ed. Vercelli)** Pagina 39 *ROBERTO MAGGIO* 31
La rinascita dell'ex Montefibre passa dal superstore di Nova Coop

26/09/2026 **La Stampa (ed. Vercelli)** Pagina 41 *ROBERTO MAGGIO* 32
L'area ex Montefibre riparte con il super store di Nova Coop

26/09/2026 **Il Tirreno** Pagina 23 34
Manin Borgo Musica, danza e artigianato

26/09/2026 **La Nazione (ed. Grosseto-Livorno)** Pagina 73 36
Livorno

Concorrenza GDO

26/09/2026 **Gazzetta di Mantova** Pagina 14-15 *VALERIO MORABITO* 37
Insalata e pomodori Il clima svuota gli scaffali dei supermercati

25/09/2026 **Distribuzione Moderna** 39
Despar Nord lancia con Wecity la terza edizione di "Viaggia Sostenibile e Vinci"

25/09/2026 **Distribuzione Moderna** 41
Esselunga amplia la superficie di vendita del superstore di Treviglio (Bg) fino 3.000 mq

25/09/2026 **Distribuzione Moderna** 42
In's Mercato continua a crescere inaugurando due nuovi store nelle province di Milano e Asti

26/09/2026 **Il Cittadino** Pagina 29 *ANDREA BAGATTA* 43
Doppìa protesta alle logistiche: picchetti Si Cobas per Lidl e Ups

26/09/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 10-11 *MANUEL MARINELLI* 45
Gli studenti sugli assalti ai negozi «Lo fanno per cercare attenzione»

26/09/2026 **Il Giorno (ed. Lodi-Crema-Pavia)** Pagina 63 48
Protesta a oltranza alla logistica della Lidl «Più diritti e sicurezza»

26/09/2026 **Il Tirreno (ed. Grosseto)** Pagina 14 49
La gioia della merenda sotto l'argine con prodotti Conad e tortelli griffati

Economia, consumi e società

26/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 14 *Giorgio dell'Orefice* 50
Alimentare: in dieci anni cresciuti valore aggiunto e addetti, boom dell'export

26/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 19 *Manuela Soressi* 52
Consumi alimentari, le famiglie di immigrati spendono di più

26/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 19 *Ma.So* 54
Dallo yogurt alla feta, il successo dei prodotti greci in Italia e nel mondo

26/09/2026 **La Stampa** Pagina 22 *Diego Molino* 56
"Portiamo in classe il cibo buono e giusto" A Torino nasce la rete dei cuochi scolastici

26/09/2026 **La Repubblica** Pagina 2 *GIUSEPPE COLOMBO* 58
Ceto medio, ipotesi taglio Irpef per tre milioni di contribuenti Moody's conferma il rating

26/09/2026 **La Repubblica** Pagina 2 *ROSARIA AMATO* 60
L'economia sommersa vale 200 miliardi e colpisce i più deboli

26/09/2026 **La Repubblica** Pagina 2 *GIULIANO FOSCHINI* 61
Una vita da evasore scontrini falsi, buoni regalo e ordinazioni fantasma

26/09/2026 **La Repubblica** Pagina 4 *TITO BOERI* 63
L'inflazione si è mangiata un pezzo dei salari Potere d'acquisto: -10%

26/09/2026 **La Repubblica** Pagina 6 *EMMA BONOTTI* 65
Eni in soccorso del governo benzina sotto i due euro un mese di prezzi bloccati

Innovazione e mondo digitale

26/09/2026 **Corriere della Sera** Pagina 23 *Francesca Basso* 67
Henna Virkkunen - «Sull'intelligenza artificiale l'Europa è attenta ai rischi Altrove mancano regole»

26/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 14 *Lorenzo Pace* 69
Solo il 22% delle imprese investirà entro il 2028 nell'intelligenza artificiale

GdoWeek

Coop Alleanza 3.0

Logistica senza attriti

Luca Moroni


GdoWeek

Logistica senza attriti

09/25/2026 11:53 Luca Moroni

Rendere efficienti i processi logistici permette di ridurre i costi che valgono fino all'11% del fatturato: servono investimenti mirati e una visione prospettica La gestione della logistica e della catena di fornitura rappresenta oggi uno degli ambiti più critici, complessi ed evoluti dell'intero panorama economico legato alla moderna distribuzione e al settore del largo consumo. Diversi incontri nell'estate 2026 hanno fatto il punto sulle buone pratiche da mettere in campo per arrivare agli obiettivi, tra i convegni all' Università Liuc di Castellanza (VA) , quello di Ecr Italia sui costi nascosti e la relazione tra produzione e distribuzione, oltre al convegno sulla filera e l'importanza della gestione da parte di un 3PL (Third Part Logistic), che abbiamo tenuto con Number1. Per comprendere l'impatto di questo comparto sulle dinamiche delle aziende distributive, occorre partire dall'analisi quantitativa dell'incidenza dei costi logistici sul fatturato totale di un'impresa . In media, il peso della logistica sul fatturato si attesta intorno al 9 o 10%, ma questa cifra è condizionata da molteplici fattori come la categoria merceologica, la dimensione dell'azienda, la struttura della rete distributiva e il livello di digitalizzazione dei processi. La dimensione aziendale gioca un ruolo altrettanto determinante, poiché le piccole e medie imprese, non potendo beneficiare delle medesime economie di scala e di saturazione dei trasporti delle grandi multinazionali, arrivano a registrare incidenze superiori all'11%. Quando si parla di obiettivi di risparmio e di efficienza , l'attenzione degli addetti ai lavori si concentra sulla forbice prestazionale che separa le imprese cosiddette virtuose o di alto livello da quelle caratterizzate da processi frammentati, poco trasparenti o anacronistici. Il divario di costo tra una gestione ottimizzata e una inefficiente può superare il 30 o persino il 40% dei costi logistici complessivi. All'interno di questa enorme distanza economica si collocano le opportunità di risparmio, che non devono essere perseguite riducendo la qualità del servizio al cliente o tagliando i compensi dei fornitori, bensì eliminando in modo sistematico i costi nascosti, le ridondanze operative e le disfunzioni d'interfaccia. Una filiera integrata può porsi l'obiettivo realistico di recuperare tra il 15 e il 30% delle proprie spese logistiche, trasformando gli sprechi in margine operativo e capacità d'investimento. Negli ultimi anni si è assistito a una crescita sostenuta e altamente volatile dei costi di tutti i principali fattori produttivi della logistica. Il prezzo del carburante per l'autotrazione, le tariffe dell'energia elettrica indispensabili per alimentare i magazzini e soprattutto le celle frigorifere, i canoni di locazione degli immobili logistici situati nelle aree strategiche del paese, l'aumento dei tassi d'interesse per il finanziamento delle scorte e il rialzo dei costi delle risorse umane e dei materiali di imballaggio hanno creato un ambiente economico particolarmente severo. Tra i materiali di imballaggio, la gestione dei supporti di carico e in particolare

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dei pallet ha registrato picchi di costo, rendendo la spesa per il parco imballi un fattore critico di bilancio. A questa spinta inflazionistica sui fattori produttivi si intreccia una trasformazione profonda della domanda e delle abitudini di consumo. I mutamenti demografici, caratterizzati dall'aumento costante dei nuclei familiari composti da una sola persona e dal progressivo invecchiamento della popolazione, hanno modificato la struttura della spesa. Per la logistica , questo cambiamento si traduce nella necessità di rifornire una rete capillare di punti di vendita con frequenze d'ordine molto più elevate, lotti di consegna più piccoli e finestre orarie di scarico estremamente rigide, aumentando in modo esponenziale la complessità operativa e i costi di trasporto. In un contesto così dinamico e pressante, le inefficienze più gravi e onerose non si generano quasi mai all'interno dei singoli magazzini o lungo le tratte di linea gestite da un solo attore, ma si concentrano nell'area di contatto e scambio tra il produttore e il distributore. L'interfaccia dove il processo di evasione dell'ordine dell'industria incontra il processo di ricevimento della gdo è il terreno ideale in cui si sviluppano e proliferano i costi nascosti. Sono spese indirette, spesso non rendicontate in una specifica voce di bilancio ma spalmate sui costi amministrativi generali, nate dalla mancanza di qualità, da errori procedurali e dalla scarsa trasparenza informativa. Una delle fonti primarie di questi costi nascosti è rappresentata dai disallineamenti nelle anagrafiche dei prodotti. Quando il codice identificativo, il peso, le dimensioni della confezione, il numero di colli per strato o le caratteristiche fisiche dell'articolo non coincidono perfettamente tra il sistema informatico del produttore e quello del distributore, il flusso logistico si blocca. Ogni discrepanza richiede l'intervento manuale degli operatori per effettuare verifiche, rettificare le bolle di accompagnamento, emettere note di credito o sbloccare i pagamenti. L'impatto economico di questi controlli e correzioni manuali è enorme, poiché moltiplica le ore di lavoro d'ufficio e rallenta la movimentazione fisica delle merci. A questo problema si affianca il deficit di digitalizzazione che ancora caratterizza ampi settori della filiera. Nonostante la disponibilità da diversi decenni di standard consolidati per lo scambio elettronico dei dati, una quota consistente di transazioni viene gestita tramite eMail, fogli di calcolo o persino documenti cartacei. La mancata adozione dell'avviso elettronico di spedizione impedisce al magazzino di destinazione di conoscere in anticipo e con certezza matematica l'esatto contenuto del camion in arrivo. Di conseguenza, il personale del centro distributivo è costretto a scaricare l'intero veicolo e a contare o verificare collo per collo la merce ricevuta, allungando a dismisura i tempi di permanenza del mezzo alla baia di scarico. Le lunghe attese dei camion nei piazzali dei centri di distribuzione costituiscono una delle inefficienze più gravi dell'intero sistema dei trasporti. Quando un veicolo pesante rimane fermo in coda per tre o quattro ore prima di poter scaricare, il vettore perde la produttività del mezzo e dell'autista, ed è costretto a ribaltare questo costo sul committente attraverso tariffe più alte o richieste di indennizzo. Il fenomeno ha assunto rilevanza tale da spingere il legislatore a intervenire con norme specifiche volte a sanzionare le soste prolungate oltre una determinata franchigia oraria, trasformando l'inefficienza dello scarico in un

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

costo diretto e immediatamente contabile. Un altro ambito dove si generano pesanti attriti operativi e costi nascosti è la gestione dei supporti di carico, con particolare riferimento al sistema dei pallet intercambiabili in legno. Il meccanismo dell'interscambio immediato , basato sull'assunto che il vettore scarichi il pallet pieno e riceva contestualmente dal destinatario un pallet vuoto di pari qualità, nella pratica quotidiana incontra continui ostacoli. Succede di rado che la restituzione avvenga in rapporto uno a uno e con standard qualitativi idonei. Molto spesso sorgono contestazioni sulla qualità del legno al momento dello scarico, oppure il centro distributivo rifiuta la restituzione immediata per mancanza di spazio o di disponibilità di vuoti, rilasciando un buono cartaceo. Analizzando le dinamiche della catena di fornitura , emergono differenze profonde tra la gestione delle merci appartenenti al comparto del secco e quelle del comparto del fresco. Il settore del secco è caratterizzato da grandi volumi, da una vita utile del prodotto relativamente lunga e da una logica di stoccaggio a magazzino. In questo ambito, le inefficienze principali sono legate alla marcata stagionalità degli ordini e soprattutto al fenomeno del picco di fine mese. Guidate dal completamento dei budget commerciali o dalla scadenza delle promozioni, le catene distributive tendono a concentrare una quota sproporzionata degli ordini negli ultimi giorni del mese. Questa pratica genera un'estrema variabilità dei flussi, costringendo i magazzini dei produttori e le flotte dei vettori a picchi di lavoro straordinario difficilmente sostenibili, seguiti da periodi di relativa inattività. Nel comparto del fresco e del freschissimo, la logica gestionale è diametralmente opposta. La durata limitata dei prodotti, la rigidità della catena del freddo e la necessità di garantire al consumatore una vita residua a scaffale il più lunga possibile impongono tempi d'attraversamento ridotti a poche ore. Molti prodotti freschi vengono gestiti attraverso la modalità della ventilazione o del cross-docking , in cui la merce inviata dal produttore non viene stoccata nel centro distributivo, ma viene subito smistata e ripartita sui camion diretti ai singoli punti di vendita. Se da un lato la ventilazione riduce le giacenze, dall'altro richiede una precisione d'esecuzione impeccabile. L'allestimento di colli frazionati gestito in tempi rapidissimi espone la merce a rischi elevati di danneggiamento, rottura delle confezioni primarie o difformità quantitative, che si traducono immediatamente in resi totali o parziali di prodotti che, vista la ridotta scorta di vita residua, non possono più essere riposizionati sul mercato e finiscono per trasformarsi in uno scarto alimentare ed economico. La spinta della distribuzione verso la riduzione delle scorte nei magazzini periferici e nei negozi ha portato a una crescente richiesta di personalizzazione delle unità di carico e a una frammentazione degli ordini. Sempre più spesso la distribuzione richiede ai fornitori la preparazione di pallet multilivello, di pallet contenenti un solo strato di prodotto o addirittura l'allestimento di colli singoli preparati mediante picking manuale. Quando un produttore è costretto ad allestire un pallet con un'altezza inferiore allo standard industriale per fare in modo che possa essere inserito direttamente nelle scaffalature del punto di vendita destinatario, si verifica un'imponente perdita di efficienza volumetrica all'interno dei veicoli di trasporto. Spedire camion caricati con pallet bassi significa trasportare aria, raddoppiando

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

il numero dei viaggi necessari per movimentare la medesima quantità di merce e incrementando l'impatto economico ed ecologico dei trasporti. Allo stesso modo, ordinare lotti di consegna ridotti e frammentati riduce la dimensione media della spedizione, costringendo il vettore a effettuare consegne complesse presso molteplici punti di scarico, con un aumento vertiginoso del costo unitario di consegna per singolo collo. Per quantificare in modo oggettivo questi attriti e comprendere dove si annidino i costi extra, le imprese più evolute hanno superato la misurazione unilaterale delle prestazioni, introducendo sistemi di valutazione incrociata lungo la filiera. Se tradizionalmente è la distribuzione a monitorare l'operato dei fornitori attraverso indicatori di vendor rating che tracciano la puntualità , la completezza e la conformità delle consegne per applicare eventuali sanzioni o penali, oggi anche i produttori industriali si sono dotati di strumenti analitici per valutare i propri clienti. Attraverso il rating dei centri distributivi, le aziende produttrici misurano i tempi medi di stasi dei veicoli presso le baie dei diversi clienti, la percentuale di appuntamenti di scarico cancellati o modificati con scarso preavviso, la frequenza di rifiuto della merce e la flessibilità nell'accettazione dei lotti. Questa misurazione trasparente consente al produttore di conoscere il reale costo di servizio associato a ciascuna catena distributiva, identificando con chiarezza i clienti virtuosi e quelli i cui processi generano un surplus di costo non più sostenibile. I dati raccolti dalla ricerca analitica confermano che , scomposizione alla mano, le diverse voci di spesa della logistica hanno un peso ben preciso: il trasporto rappresenta in media circa il 46% del costo logistico totale, le attività di stoccaggio e movimentazione all'interno dei magazzini incidono per il 24%, l'onere finanziario legate alle giacenze delle scorte assorbe il 17% e le attività gestionali e amministrative rappresentano il restante 13%. All'interno di questa struttura di costo, gli extra-costi dovuti a errori anagrafici, resi, ritardi, inefficienze di carico e attese allo scarico arrivano a pesare per una quota compresa tra il quattordici e il sedici per cento del costo logistico totale, con picchi che nei casi peggiori superano il trenta per cento. Se si traducono queste percentuali in cifre assolute, si parla di una dispersione di valore pari a centinaia di milioni di euro ogni anno su scala nazionale, una cifra imponente che, se recuperata, potrebbe garantire risorse preziose per l'innovazione, la sostenibilità e la tutela dei margini di profitto delle imprese. La risoluzione di queste criticità non può essere affidata all'azione isolata di un singolo operatore , ma richiede una trasformazione culturale che porti al superamento della tradizionale contrapposizione negoziale tra produzione e distribuzione a favore di un modello di governance collaborativa di filiera. Il primo passo di questo percorso deve essere compiuto all'interno delle singole organizzazioni aziendali, dove occorre abbattere i silos funzionali che spesso separano la struttura commerciale dalla struttura logistica. In molte aziende si assiste a un cortocircuito strategico: la funzione commerciale, con l'obiettivo di raggiungere i budget di vendita, accetta passivamente qualsiasi condizione richiesta dal cliente, promettendo consegne urgenti, lotti ridotti, altezze pallet speciali e frequenze d'ordine esasperate, mentre la funzione logistica si trova a dover gestire la complessità operativa derivante da tali promesse,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

vedendo schizzare verso l'alto i costi di allestimento e trasporto. Per eliminare queste incoerenze è necessario armonizzare gli incentivi interni e introdurre figure organizzative d'integrazione, capaci di valutare l'impatto economico globale delle scelte commerciali e di presentarsi alle trattative industriali con una visione unificata della redditività. Sul piano operativo e inter-aziendale, la collaborazione di filiera si sviluppa attraverso l'adozione di pratiche integrato e strumenti condivisi. Tra questi spicca la pianificazione collaborativa delle previsioni e dei riassortimenti , un processo formale in cui produttore e distributore condividono i dati sui consumi effettivi registrati dalle casse dei punti di vendita, i piani di promozione futuri e i livelli delle giacenze a magazzino. L'integrazione di questi dati consente di elaborare previsioni di vendita condivise e molto più accurate, eliminando l'effetto frusta, ovvero quell'amplificazione progressiva delle oscillazioni della domanda lungo la catena di fornitura che porta i magazzini a sovradimensionare le scorte di sicurezza per cautelarsi contro fittizi picchi d'ordine. Un'altra modalità avanzata di collaborazione è la gestione diretta delle scorte da parte del fornitore, dove il produttore assume la responsabilità di monitorare la giacenza presso i magazzini del distributore e di programmare autonomamente le spedizioni di riassortimento entro parametri di scorta concordati. In questo modo, l'industria può pianificare la produzione e i trasporti con maggiore regolarità e saturare i veicoli a carico completo, mentre la distribuzione beneficia della garanzia di un tasso di presenza del prodotto a scaffale elevato, riducendo i propri costi di gestione inventariale. C hiudiamo parlando di pratiche sostenibilità , che non devono finire solo sulla carta nei bilanci delle aziende, ma che se ben strutturate possono rappresentare un importante chiave per contenere i costi della fase logistica. In questo senso è interessante esaminare i risultati della Green Logistics Survey, nata nel 2022 insieme al Green Logistics Radar all'università Liuc, che si è evoluta per analizzare non solo le soluzioni sul mercato, ma anche la percezione e il reale livello di diffusione della sostenibilità nelle aziende. Dall'analisi emerge un chiaro cambio di tendenza nelle spinte agli investimenti green: se in passato prevalevano la cultura interna e la reputazione, oggi la pressione finanziaria (investitori e banche) e le direttive governative rappresentano le leve strategiche principali. L'impegno aziendale si è focalizzato in particolare sugli imballaggi e sulle unità di carico, spinto da normative europee come la Ppwr, superando l'attenzione precedentemente rivolta principalmente alla gestione dei magazzini. Tra le soluzioni maggiormente diffuse figurano l'illuminazione Led, l'elettrificazione dei carrelli e gli imballaggi in materiale riciclato. Oltre il 78% delle aziende riscontra benefici operativi e ritorni economici misurabili, sebbene spesso percepiti come marginali a causa delle complessità nella misurazione dei dati. Infine, le principali barriere rilevate -tra cui i limiti tecnici, le infrastrutture carenti e l'elevato investimento iniziale-, non sono viste come vincoli insuperabili, bensì come sfide operative che il settore sta già gradualmente affrontando. I CASI DI CONAD, COOP ED ESSELUNGA CON NUMBER1 Nel panorama della gdo, l'evoluzione dei processi logistici può trasformare l'operatore da semplice fornitore di servizi a vero e proprio consulente di filiera. Durante il convegno organizzato con Mark

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

GdoWeek

Coop Alleanza 3.0

Up e Gdoweek, Number 1 Logistics Group ha presentato un bilancio concreto sui progetti di collaborazione attivati con tre dei principali player del retail italiano: Coop (Alleanza 3.0) e Conad (Nord-Ovest) Esselunga sotto l'egida degli standard Gs1. Sperimentato nel polo logistico di Quiliano (SV) insieme a Conad Nord-Ovest, Bauli e Nestlé, il progetto integra il Tms (Transportation Management System) di Number 1 con la geolocalizzazione dei vettori per ricalcolare in tempo reale l'Eta (Estimated Time of Arrival) e aggiornare le finestre di banchina. Mentore Giorgetti, project supply chain manager di Conad Nord Ovest, ne ha descritto l'impatto operativo: "Lo slot dinamico con Eta risolve una delle principali criticità della logistica inbound: la scarsa sincronizzazione tra orario pianificato e arrivo reale causa traffico. L'83% dei mezzi dotati di Eta arrivati in anticipo è stato scaricato ed è ripartito entro 15 minuti dall'arrivo, contro il 45% di quelli senza Eta. Questa flessibilità ha creato efficienza su tutto il sistema". Con appena il 5% dei mezzi dotati di Eta si è coperto il 17-18% dei pallet movimentati ogni giorno. Nato all'interno del tavolo di lavoro Value for Food, il modello sviluppato tra Number 1 e Coop Alleanza 3.0 ha introdotto la prenotazione dinamica degli slot e la gestione flessibile dell'anticipo d'ordine per ottimizzare la saturazione dei mezzi e la stabilità delle scorte. Paolo Rangoni, logistic director di Coop Alleanza 3.0, ha ricordato la genesi dell'intesa: "Il fatto di non dover discutere di costi o tariffe ci ha consentito di lavorare open book e creare valore condiviso. L'assurdo da cui siamo partiti è che un operatore virtuoso come Number 1 non trovava gli slot di scarico perché già prenotati. Abbiamo definito slot pre-allocati e un anticipo flessibile: se Number 1 ha bisogno di saturare i mezzi o noi abbiamo un picco di stock, anticipiamo la consegna di un giorno in accordo tra le parti". La copertura è stata estesa a tutti i 7 Ce.Di. di Coop Alleanza 3.0 sul territorio nazionale. Sono stati gestiti 16.200 ordini nel 2025 (con un 56% di crescita dei volumi). Sono diminuiti del 50% i tempi di sosta dei vettori nei depositi e del 30% il tasso di dirottamento delle consegne tra il 2023 e il 2025. Tra i casi concreti il progetto sviluppato da Number1 con Esselunga sul sistema Desadv, che digitalizza il processo di ricevimento merci. Il modello prevede l'utilizzo di flussi elettronici e codici Sscc (Serial Shipping Container Code) per precaricare automaticamente le informazioni logistiche nei sistemi di magazzino. "Ci siamo accorti che l'azienda voleva investire nel ridurre i tempi di ricevimento in ribalta ed eliminare le attività a basso valore aggiunto -dice Luca Di Giovine, supply chain manager di Esselunga-. Oggi gestiamo circa il 22% degli ingressi nei magazzini ambiente in DesaDV. Vorremmo eliminare la carta, le tre copie del documento cartaceo, le riserve in bolla e i contenziosi con i fornitori. Crediamo tanto nella digitalizzazione". Sono stati 45 i fornitori gestiti da Number 1 integrati nel flusso e più di 21.000 messaggi DesaDV sono inviati nel 2025 verso i quattro Ce.Di. di Esselunga. La sosta media dei mezzi in attesa nei depositi si è ridotta del 78% e del 72% il dirottamento e respingimento delle merci. GUARDA IL VIDEO La filiera a confronto su logistica, dati condivisi e collaborazione PUNTARE SU ESTERNALIZZAZIONE DELLA LOGISTICA QUALIFICATA E LA CO-OPETITION L'esternalizzazione della logistica a fornitori terzi (Third-Party Logistics - 3PL o Fourth-Party Logistics - 4PL) non deve

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

essere ridotta a una semplice ricerca del minor costo della manodopera. Gli operatori logistici qualificati agiscono come veri e propri abilitatori tecnologici e consolidatori di flussi. Attraverso grandi piattaforme multi-cliente, i 3PL sono in grado di combinare le merci di produttori anche concorrenti diretti indirizzate verso le medesime destinazioni distributive (co-opetition o multisupplier consolidation), trasformando spedizioni parziali e frammentate in carichi completi a pieno riempimento. Questo azzera i viaggi a vuoto, riduce i costi di trasporto e migliora la sostenibilità ambientale dell'intera catena. L'IMPORTANZA DELLA TRACCIABILITÀ INFORMATIVA E DEGLI STANDARD GS1 Un processo logistico fluido e privo di extra-costi richiede la perfetta sovrapposizione tra il flusso fisico della merce e il relativo flusso informativo. L'impiego capillare degli standard internazionali di codifica GS1 rappresenta la condizione essenziale per azzerare gli attriti. L'utilizzo del codice Sscc (Serial Shipping Container Code) applicato all'etichetta logistica di pallet e colli, combinato con l'invio tempestivo del messaggio di avviso di spedizione avanzato (DesaDV) via Edi, consente al magazzino ricevente della gdo di conoscere con assoluta certezza il contenuto esatto del carico prima ancora che il camion arrivi alla baia di scarico. In questo modo si passa dai tradizionali controlli fisici esaustivi o a peschereccio -lenti, costosi e causa di code- a procedure di accettazione automatizzate e veloci, trasformando il ricevimento merci in una semplice operazione di scansione e registrazione. TRASPORTI CONDIVISI ED ECOLOGICI: LA SINERGIA VINCENTE TRA FERRERO, LUCART E ITALTRANS Abbattere i costi logistici, ottimizzare la saturazione dei mezzi e ridurre drasticamente l'impatto ambientale: è questo il triplice obiettivo raggiunto dalla partnership strategica siglata tra due nomi dell'industria come Ferrero e Lucart , e un operatore di riferimento della logistica come Italtrans nel progetto Green Routes. L'iniziativa rappresenta un modello virtuoso di collaborazione orizzontale di filiera tra realtà non concorrenti, capace di trasformare la gestione dei trasporti in un driver di sostenibilità ed efficienza. Il progetto nasce dall'analisi congiunta dei flussi distributivi lungo direttrici strategiche nazionali. Invece di far viaggiare i veicoli con percorrenze a vuoto -una delle inefficienze più onerose del settore-, le tre aziende hanno ingegnerizzato un routing integrato bidirezionale. I mezzi dedicati, forniti da Italtrans, effettuano il primo viaggio trasportando le merci Ferrero e, una volta scaricate, sono immediatamente riallestiti per prendere in carico le spedizioni di prodotti cartacei Lucart verso la medesima macro-area geografica. Per rendere operativa la sinergia è stato necessario superare vincoli tecnici e organizzativi, armonizzando le diverse tipologie di carico e le finestre orarie di scarico. Il risultato logistico è un circuito a ciclo chiuso a elevata saturazione che ha consentito di abbattere la percentuale di viaggi a vuoto dal 25% medio di mercato a circa il 10%. I benefici dell'operazione sono concreti: oltre a una significativa riduzione dei chilometri percorsi complessivamente e a un'ottimizzazione dell'impiego degli autisti, il progetto garantisce un risparmio annuo stimato in circa 170 tonnellate di emissioni di CO2, utilizzando una motrice elettrica. Articolo estratto da Gdoweek n. 13-2026 Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

TTg Italia

Coop Alleanza 3.0

Gattinoni porta i soci Coop in agenzia con Msc


TTG
TTg Italia
Gattinoni porta i soci Coop in agenzia con Msc
09/25/2026 12:41
Gattinoni annuncia una nuova campagna dedicata ai soci Coop insieme a Msc Crociere . L'obiettivo è sostenere le vendite della stagione autunnale e invernale e, allo stesso tempo, generare nuovi contatti per le agenzie. Come riporta una nota, l'iniziativa sarà valida fino al 10 ottobre, e coinvolge quattro distretti cooperativi e sette cooperative – Coop Alleanza 3.0, Coop Lombardia, Nova Coop, Coop Liguria, Unicoop Firenze, Unicoop Etruria e Coop Sicilia/Gruppo Radenza – raggiungendo complessivamente circa 6 milioni di Soci Coop. Sul territorio sono abilitate alla vendita ai Soci Coop 293 agenzie Gattinoni Travel, tra Gattinoni Travel Store, Gattinoni Travel Point e affiliati Mondo di Vacanze. Per tutta la durata della campagna, i soci Coop, prenotando nelle agenzie abilitate , possono usufruire di uno sconto speciale in base alla tipologia di cabina, sulle crociere Msc di almeno sette notti. Sabrina Nadaletti , head of leisure Gattinoni Travel, commenta: "Questa nuova campagna dedicata ai Soci Coop rappresenta un'importante opportunità per mettere a sistema la forza di tre realtà complementari come Coop, Gattinoni Travel e Msc Crociere. La capacità della Gdo di parlare a un pubblico ampio e fidelizzato, unita alla capillarità e alla competenza della nostra rete, ci consente di intercettare nuovi clienti e accompagnarli direttamente al tavolo del consulente di viaggio, valorizzando l'offerta crocieristica Msc. È un modello che crea valore lungo tutta la filiera: per i Soci, che ottengono un vantaggio concreto, per Coop e Msc Crociere e, soprattutto, per le nostre agenzie, che vedono tradotta la forza della distribuzione organizzata in concrete opportunità commerciali". La componente drive to store è centrale nel progetto. Per poter usufruire delle condizioni particolarmente vantaggiose, infatti, i soci Coop devono recarsi in una delle agenzie Gattinoni Travel abilitate alla promozione. Ti è piaciuta questa notizia? Condividi questo articolo Iscriviti a TTG Report, la nostra Newsletter quotidiana.

Gattinoni annuncia una nuova campagna dedicata ai soci Coop insieme a Msc Crociere . L'obiettivo è sostenere le vendite della stagione autunnale e invernale e, allo stesso tempo, generare nuovi contatti per le agenzie. Come riporta una nota, l'iniziativa sarà valida fino al 10 ottobre, e coinvolge quattro distretti cooperativi e sette cooperative - Coop Alleanza 3.0, Coop Lombardia, Nova Coop, Coop Liguria, Unicoop Firenze, Unicoop Etruria e Coop Sicilia/Gruppo Radenza - raggiungendo complessivamente circa 6 milioni di Soci Coop. Sul territorio sono abilitate alla vendita ai Soci Coop 293 agenzie Gattinoni Travel, tra Gattinoni Travel Store, Gattinoni Travel Point e affiliati Mondo di Vacanze. Per tutta la durata della campagna, i soci Coop, prenotando nelle agenzie abilitate , possono usufruire di uno sconto speciale in base alla tipologia di cabina, sulle crociere Msc di almeno sette notti. Sabrina Nadaletti , head of leisure Gattinoni Travel, commenta: "Questa nuova campagna dedicata ai Soci Coop rappresenta un'importante opportunità per mettere a sistema la forza di tre realtà complementari come Coop, Gattinoni Travel e Msc Crociere. La capacità della Gdo di parlare a un pubblico ampio e fidelizzato, unita alla capillarità e alla competenza della nostra rete, ci consente di intercettare nuovi clienti e accompagnarli direttamente al tavolo del consulente di viaggio, valorizzando l'offerta crocieristica Msc. È un modello che crea valore lungo tutta la filiera: per i Soci, che ottengono un vantaggio concreto, per Coop e Msc Crociere e, soprattutto, per le nostre agenzie, che vedono tradotta la forza della distribuzione organizzata in concrete opportunità commerciali". La componente drive to store è centrale nel progetto. Per poter usufruire delle condizioni particolarmente vantaggiose, infatti, i soci Coop devono recarsi in una delle agenzie Gattinoni Travel abilitate alla promozione. Ti è piaciuta questa notizia? Condividi questo articolo Iscriviti a TTG Report, la nostra Newsletter quotidiana.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Modena

Area Emilia Romagna

Coop e ateneo uniti per formare manager tra IA e sostenibilità

Seminari e formazione nel nome di Adriano Leonardi


MODENA

Coop e ateneo uniti per formare manager tra IA e sostenibilità

Seminari e formazione nel nome di Adriano Leonardi

UTOPIA

Piazza Grande ritrova il suo profumo:

Formare i cooperatori di domani significa trasmettere loro i valori di un modello, le specificità economiche, sociali e manageriali che lo distinguono dalle aziende private. Modalità, tempistiche, pensiero critico e abilità per sviluppare un'idea imprenditoriale. Ogni elemento si incastra con gli altri per strutturare una corretta "forma mentis". Con questo obiettivo è nato un protocollo d'intesa per la promozione di incontri formativi tra Legacoop Estense e il Dipartimento di Economia Marco Biagi di Unimore. Una scelta che non cade in un momento casuale, poiché l'accordo è stato siglato ieri, a un anno dalla scomparsa del cooperatore Adriano Leonardi. È previsto un ciclo seminariale tematico che si terrà in primavera, propedeutico all'ideazione di uno specifico corso all'interno delle iniziative del Dipartimento. Gli appuntamenti «si articoleranno attorno ad alcuni principali temi: l'impatto sul mondo del lavoro, alla luce dei cambiamenti inevitabilmente legati a fattori come l'intelligenza artificiale, la dimensione economica, la governance e la gestione dell'impresa cooperativa, il rapporto con la comunità e la sostenibilità», ha sottolineato Elisa Martinelli, professoressa ordinaria di Economia e Gestione delle Imprese. «Approfondire la cooperazione vuol dire anche aiutare i giovani a capire come le finalità, il rapporto con i soci e il forte coinvolgimento del territorio locale possono diventare valori importanti, che vanno anche a influenzare le scelte aziendali e di mercato». I destinatari degli incontri saranno gli studenti dell'ultimo anno della laurea triennale, gli iscritti alla magistrale e i dottorandi che desiderano approfondire la tematica. Dall'altra parte dell'aula siederanno docenti e manager del sistema cooperativo, per condividere conoscenze ed esperienze. Un'opportunità di cui anche Paolo Barbieri, presidente di Legacoop Estense, ha ribadito l'importanza per la capacità di entrare "nei centri di formazione del pensiero", con uno sguardo alle nuove sfide del futuro. L'idea di contribuire alla formazione professionale dei giovani parte dalla volontà di ricordare Adriano Leonardi, rispecchiando il suo motto "Guardare avanti, sempre". «È stato presidente di Legacoop Modena all'inizio degli anni '70 e, poi, dirigente a livello nazionale, ponendo le basi di quella che oggi è la finanza cooperativa. Prima di questa esperienza ha avuto un ruolo da protagonista nella costruzione dell'alleanza del consumo modenese, antesignana di quella che oggi si chiama Alleanza 3.0». A spiegarlo è stato Mauro Lusetti, presidente di Conad, che sostiene l'iniziativa. «Ha portato innovazione, esaltando gli aspetti di natura gestionale con la partecipazione dei soci e, soprattutto, dando vita ad un percorso di autonomia del movimento cooperativo, che non significa distanza dalla politica, ma distinzione».

.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

gazzettadireggio.it

Area Emilia Romagna

Gratteri, Scanzi, Faltas e il caso Saman: a Rubiera torna "Degustare libri"



gazzettadireggio.it

Gratteri, Scanzi, Faltas e il caso Saman: a Rubiera torna "Degustare libri"

09/25/2026 18:49

Rubiera Gratteri, Scanzi, padre Faltas, Turrini e il caso Saman sono tra i protagonisti della seconda edizione di "Degustare libri", il festival promosso da Aliberti editore con il Comune di Rubiera e la Regione Emilia-Romagna. L'appuntamento è domenica alla Corte Ospitale, in via Fontana 2. Dalle 10 alle 20 sono previsti otto incontri dedicati a giustizia, geopolitica, sport, cooperazione e pace. La giornata sarà accompagnata dalla degustazione dei vini delle Cantine Lombardini e dalla presenza di punti ristoro e food truck. La conduzione è affidata al giornalista Pierluigi Senatore. L'apertura del festival, alle 10, sarà affidata ai saluti del sindaco Emanuele Cavallaro, insieme al direttore editoriale di Aliberti Alessandro Di Nuzzo e a Senatore. Alle 10.30 Andrea Scanzi e Leo Turrini presenteranno "Il vecchio e il bambino", dedicato alle vite parallele di Lewis Hamilton e Kimi Antonelli. Alle 11.30 Sofia Cecinini, autrice di "China Town", e Sara Lucaroni, autrice di "America Go Away!", dialogheranno sui poteri mondiali e su chi decide il futuro, con la moderazione di Senatore. Alle 13 è previsto lo "Swing Cooking Show", con il live musicale di Daniele "Bengi" Benati, il cooking show dello chef Alex Chiussi e la degustazione dei vini delle Cantine Lombardini. Nel pomeriggio, alle 15.30, padre Ibrahim Faltas presenterà con Senatore "Disarmiamo il cuore. La pace possibile", in anteprima nazionale, con la prefazione del cardinale Matteo Maria Zuppi. L'incontro sarà moderato da Di Nuzzo. Alle 17.30, Leo Turrini modererà l'incontro dedicato a Ivano Barberini e al libro "Il coraggio di cooperare. Come vola il calabrone", con Silvia Barberini, Simone Gamberini di Legacoop Nazionale e Domenico Livio Trombone di Coop Alleanza 3.0 Alle 18.30 sarà presentato "Il Giornale dei Libri" , la nuova testata online di Aliberti editore, nata per seguire i libri prima e dopo la pubblicazione. Il primo approfondimento sarà dedicato a "Saman: un libro, una storia che continua", con gli autori di "Saman. Vita e morte di una ragazza italiana", il giornalisti della Gazzetta di Reggio Jacopo Della Porta ed Elisa Pederzoli. L'incontro arriva dopo le condanne definitive per l'omicidio della diciottenne di Novellara e la nuova attenzione sul caso suscitata dalla docuserie di Hbo Max. Gli autori racconteranno anche l'aggiornamento del libro, la cui nuova edizione è prevista entro la fine dell'anno. La chiusura, alle 19.30, sarà affidata al procuratore di Napoli Nicola Gratteri , alla sostituta procuratrice della Dda di Catanzaro Annamaria Frustaci e all'imprenditore sotto scorta Nino De Masi, autore di "Inferi". Al centro dell'incontro, moderato da Senatore, la lotta alla 'ndrangheta tra giustizia e resistenza civile. L'ingresso è libero. Il programma completo è disponibile sul sito del Comune di Rubiera. | © RIPRODUZIONE RISERVATA Non lasciare decidere l'algoritmo: scegli Gazzetta di Reggio per le tue notizie su Google.

La Pressa

Area Emilia Romagna

Modena, Coop Alleanza 3.0: salta il tavolo sul lavoro agile per il personale di sede: clamoroso stato di agitazione


La Pressa

Modena, Coop Alleanza 3.0: salta il tavolo sul lavoro agile per il personale di sede: clamoroso stato di agitazione

09/25/2026 22:09 Redazione Pressa

Proclamato lo stato di agitazione delle lavoratrici e dei lavoratori di Coop Alleanza 3.0 impiegati nella sede della più grande Cooperativa di consumatori italiana guidata da Domenico Livio Trombone (nella foto) , attiva nel settore della grande distribuzione organizzata. La mobilitazione è stata indetta dalla Fisascat Cisl e dalle altre organizzazioni sindacali di categoria dopo l'esito negativo del confronto sul lavoro agile. La rottura del tavolo negoziale è maturata nell'ultimo incontro del 21 settembre, al quale hanno partecipato anche le strutture territoriali e le rappresentanze sindacali. A tre mesi dall'ultimo confronto, la Cooperativa ha presentato un modello che, per le organizzazioni sindacali, rappresenta un arretramento anche rispetto alla precedente proposta di tre giornate settimanali di lavoro agile e fa ricadere sul personale il costo della riduzione dell'orario. Al centro della vertenza, la proposta aziendale di due giornate settimanali di smart working e una terza fruibile soltanto il venerdì, a condizione di utilizzare almeno due ore di permessi o recuperi individuali. Una revisione giudicata peggiorativa rispetto alla precedente ipotesi, e inadeguata a rispondere alle richieste di flessibilità e conciliazione espresse dalle lavoratrici e dai lavoratori Le proposte sindacali, costruite sulla base del mandato ricevuto nelle assemblee, puntano a bilanciare l'eventuale riduzione delle giornate di lavoro Le organizzazioni sindacali sollecitano un confronto rispetto ai maggiori costi sostenuti dalle lavoratrici e dai lavoratori a seguito dell'incremento della presenza in ufficio, nonché alla adeguata disponibilità di sedi e postazioni di lavoro. Ribadiscono, inoltre, la necessità di disciplinare il lavoro agile nell'ambito del contratto integrativo aziendale. La Cooperativa ha prospettato anche giornate aggiuntive per alcune categorie di personale, tra cui titolari di Legge 104, caregiver, genitori e persone con disabilità, oltre a una maggiore flessibilità dell'orario di ingresso e a strumenti per favorire il car pooling, la condivisione dell'auto negli spostamenti casa lavoro. Misure ritenute insufficienti a compensare il peggioramento complessivo: i pacchetti aggiuntivi riguardano una platea limitata, mentre l'estensione della flessibilità in ingresso, pur valutata positivamente, non è da sola sufficiente a risponde alle criticità sollevate. L'indisponibilità aziendale a modificare gli elementi fondamentali della proposta ha impedito di proseguire il negoziato. Le organizzazioni sindacali, preso atto dell'esito negativo dell'incontro e dell'indisponibilità della Cooperativa a fornire risposte adeguate alle criticità sollevate, hanno dichiarato la rottura del tavolo di confronto e proclamato lo stato di agitazione. Il 24 settembre alle ore 14:00 si svolgerà da remoto un'assemblea sindacale unitaria del personale di sede, per condividere e valutare le ulteriori iniziative di mobilitazione. 'Il lavoro agile incide sull'organizzazione della vita delle persone e non può essere ridimensionato

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

senza dare risposte alle esigenze di chi ogni giorno contribuisce all'attività della Cooperativa» ha dichiarato Stefania Chicca, operatrice della Fisascat Cisl nazionale. «Vincolare la terza giornata all'utilizzo obbligatorio di permessi o recuperi - ha sottolineato la sindacalista - significa far pagare alle lavoratrici e ai lavoratori la possibilità di conciliare tempi di vita e di lavoro. Abbiamo avanzato proposte concrete, costruite attraverso l'ascolto del personale, con l'obiettivo di individuare un punto di equilibrio tra le esigenze del personale e quelle organizzative rappresentate dalla Cooperativa. Chiediamo a Coop Alleanza 3.0 di rivedere la propria posizione e riaprire un confronto che riconosca il valore della contrattazione e assicuri tutele effettive. Con le lavoratrici e i lavoratori valuteremo i prossimi passi'. La Pressa.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

«Le pagine di cultura del Mv sono notevoli»

FRANCESCA ARTICO


Udine

Opere vendute a un'anziana per quasi 240 mila euro Il giudice: «Non ci fu truffa»

«Le pagine di cultura del Mv sono notevoli»

RIBIS

46 MOSTRA MERCATO REGIONALE della PATATA

26 3 10

27 4 11

Francesca Artico È diventata scrittrice per ringraziare Renato Iacumin, insegnante di storia e filosofia, che «tanto mi aveva insegnato», ma lui è mancato prima che lei potesse farlo e allora ha iniziato a scrivere il suo primo libro, prendendo spunto da quello che lui aveva pubblicato.

Luisa Contin, settantenne di Aquileia, ma residente a Cervignano, già docente di tedesco, è molto legata a Iacumin, intellettuale e storico, noto soprattutto per i suoi studi sull'interpretazione dei mosaici della basilica di Aquileia.

Il suo primo romanzo, La frontiera inaspettata, è ambientato nel Friuli del primo Dopoguerra, passato dall'Impero austro-ungarico al Regno d'Italia. Segue le vicende di un giovane reduce e di una comunità che si ritrova improvvisamente a fare i conti con un nuovo confine, tra amicizie, amori, passioni poetiche e la complessa realtà delle campagne friulane. Il secondo libro è L'ultima risorgiva: ambientato tra il 1937 e il 1938, racconta la radicale e veloce trasformazione di Torre di Zuino (la futura Torviscosa) con la nascita della grande fabbrica di viscosa della Snia Viscosa. La trama segue gli occhi di un anziano contadino che assiste alla scomparsa del vecchio mondo rurale, sacrificato per la coltivazione estensiva della canna gentile. Luisa Contin è anche presidente del Fogolâr Furlan di Aquileia e nel consiglio generale della Filologica friulana; è inoltre vice responsabile di zona di Coop Alleanza 3.0, con la quale vengono portate avanti tante iniziative culturali. È stata anche un politico: dal 2014 al 2019 come vicesindaco e assessore alla cultura e istruzione ad Aquileia con sindaco Gabriele Spanghero. Dal 2019 al 2024 è stata consigliera di minoranza, «attività che oggi ho lasciato, seppur la passione resti, perché questa polarizzazione della politica mi lascia perplessa: oggi, purtroppo, c'è scarsa propensione a capire le ragioni degli altri». Lei è una attenta lettrice del Messaggero Veneto, del quale apprezza soprattutto «le pagine della cultura, che sono notevoli. Da ragazza mi soffermavo volentieri sulla cronaca locale». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere Adriatico (ed. Pesaro)

Area Marche e Abruzzo

Città da gustare, dal vino di qualità all'accoglienza turistica

Da martedì per 8 giorni l'evento enogastronomico che assegnerà un premio


Fano

Festa dei fiori, le novità di 20 espositori
Al Pincio anche spettacoli e laboratori

La tradizionale fiera inaugurata da Serfilippi e Santorelli. Fino a domani una vasta offerta florovivaistica

LA MANIFESTAZIONE

Città da gustare, dal vino di qualità all'accoglienza turistica

LA PRESENTAZIONE

LA PRESENTAZIONE FANO Il 17 marzo 1986 i primi casi di intossicazione da vino adulterato al metanolo. Fu una tragedia (23 morti, oltre 150 casi di danni permanenti) e anche un disastro economico: sfiducia diffusa tra i consumatori ed esportazioni in crollo verticale.

Da quella crisi il settore vitivinicolo seppe rialzarsi e oggi, a 40 anni di distanza, si può a buon titolo parlare di rinascita. "Il rinascimento del vino italiano (1986-2026)" è infatti uno dei temi che saranno sviluppati da "Una città da gustare", a Fano da martedì prossimo al 6 ottobre. Presentata ieri in Municipio la decima edizione dell'evento che tratta di ospitalità evoluta, turismo, enogastronomia, editoria e innovazione tecnologica di settore. Quest'anno focus su mieli, formaggi e, ovviamente, vino. Ma il saluto del sindaco Luca Serfilippi si è soffermato in particolare «sul bel messaggio che "Una città da gustare" rivolge alle scuole». «Prevista anche quest'anno una presenza assai numerosa di studenti e insegnanti, in particolare di Agraria e Alberghiero», ha detto Paolo Pagnoni, il coordinatore della manifestazione, aggiungendo che sono attese «delegazioni da Rimini e da Senigallia». Novità dell'edizione 2026: il premio alla "Qualità dell'accoglienza", riservato al personale del servizio sala e bar nella ristorazione. La consegna del riconoscimento, venerdì 2 ottobre alle 9.30 nella mediateca Memo, a Laura Ceccacci, Giovanni Corinaldesi e Marco Mercanti per il settore bar; Elisa Guiducci, Federica Gurini e Marco Sorcinelli per il settore sala. «I clienti accolti con un sorriso e un saluto cordiale ha affermato Pagnoni si sentono attesi e benvenuti. Per l'impresa è un valore aggiunto, merita quindi un riconoscimento chi si è distinto per il lavoro fatto con dedizione, cura e passione».

I produttori di miele Nelle due giornate iniziali, martedì e mercoledì prossimi sempre alle 9.30 alla Memo, incontri con i produttori di miele e formaggi. Una volta si diceva: «Come il cacio sui maccheroni», ma in tempi più recenti si è scoperto che l'abbinamento funziona molto bene con il nettare prodotto dalle api, non solo con la pasta. Conclusione, martedì 6 ottobre alle 9.30 alla Memo: intelligenza artificiale, tecnologia applicata alla produzione del vino e accoglienza turistica. Tutte le iniziative di "Una città da gustare" sono a ingresso libero e gratuito, come anche giovedì primo ottobre alle 17 nella Fondazione Cassa di Risparmio l'incontro su "Il rinascimento del vino italiano". Lo scandalo del metanolo riguardò alcuni vini da tavola, a basso prezzo. «Non colpì quindi i ceti più abbienti, ma le classi popolari», ricorda Alfredo Antonaros, presidente del comitato scientifico della manifestazione fanese.

La tragedia del metanolo Una vicenda gravissima, che ha trasformato in modo radicale il settore vitivinicolo italiano. Da produttore di grandi quantità, come era negli anni '80, fu capace di trasformarsi rapidamente

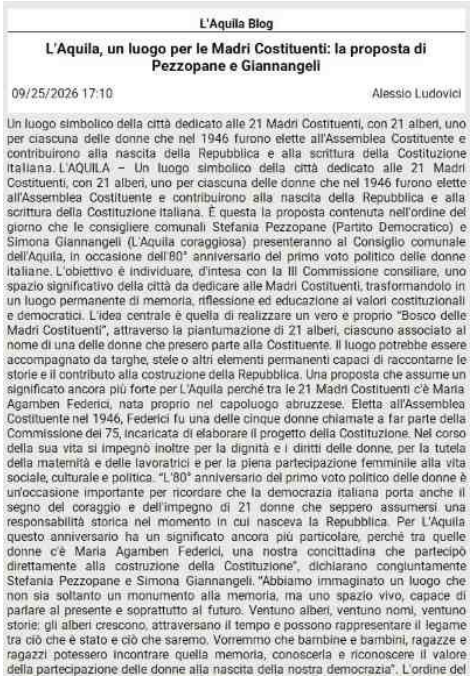
Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in sinonimo di eccellenza e qualità, è stato detto durante l'incontro in Municipio. Hanno partecipato, inoltre, l'assessore Alberto Santorelli, Tommaso Di Sante (Coldiretti), il sommelier Raffaele Papi, Monica Puccillo di Bcc Fano e Massimo Ciabocchi di Coop Alleanza 3.0. Osvaldo Scatassi © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Aquila Blog

Area Marche e Abruzzo

L'Aquila, un luogo per le Madri Costituenti: la proposta di Pezzopane e Giannangeli


L'Aquila Blog

L'Aquila, un luogo per le Madri Costituenti: la proposta di Pezzopane e Giannangeli

09/25/2026 17:10 Alessio Ludovici

Un luogo simbolico della città dedicato alle 21 Madri Costituenti, con 21 alberi, uno per ciascuna delle donne che nel 1946 furono elette all'Assemblea Costituente e contribuirono alla nascita della Repubblica e alla scrittura della Costituzione italiana. L'AQUILA - Un luogo simbolico della città dedicato alle 21 Madri Costituenti, con 21 alberi, uno per ciascuna delle donne che nel 1946 furono elette all'Assemblea Costituente e contribuirono alla nascita della Repubblica e alla scrittura della Costituzione italiana. È questa la proposta contenuta nell'ordine del giorno che le consigliere comunali Stefania Pezzopane (Partito Democratico) e Simona Giannangeli (L'Aquila coraggiosa) presenteranno al Consiglio comunale dell'Aquila, in occasione dell'80° anniversario del primo voto politico delle donne italiane. L'obiettivo è individuare, d'intesa con la III Commissione consiliare, uno spazio significativo della città da dedicare alle Madri Costituenti, trasformandolo in un luogo permanente di memoria, riflessione ed educazione ai valori costituzionali e democratici. L'idea centrale è quella di realizzare un vero e proprio "Bosco delle Madri Costituenti", attraverso la piantumazione di 21 alberi, ciascuno associato al nome di una delle donne che presero parte alla Costituente. Il luogo potrebbe essere accompagnato da targhe, stele o altri elementi permanenti capaci di raccontarne le storie e il contributo alla costruzione della Repubblica. Una proposta che assume un significato ancora più forte per L'Aquila perché tra le 21 Madri Costituenti c'è Maria Agamben Federici, nata proprio nel capoluogo abruzzese. Eletta all'Assemblea Costituente nel 1946, Federici fu una delle cinque donne chiamate a far parte della Commissione dei 75, incaricata di elaborare il progetto della Costituzione. Nel corso della sua vita si impegnò inoltre per la dignità e i diritti delle donne, per la tutela della maternità e delle lavoratrici e per la piena partecipazione femminile alla vita sociale, culturale e politica. "L'80° anniversario del primo voto politico delle donne è un'occasione importante per ricordare che la democrazia italiana porta anche il segno del coraggio e dell'impegno di 21 donne che seppero assumersi una responsabilità storica nel momento in cui nasceva la Repubblica. Per L'Aquila questo anniversario ha un significato ancora più particolare, perché tra quelle donne c'è Maria Agamben Federici, una nostra concittadina che partecipò direttamente alla costruzione della Costituzione", dichiarano congiuntamente Stefania Pezzopane e Simona Giannangeli. "Abbiamo immaginato un luogo che non sia soltanto un monumento alla memoria, ma uno spazio vivo, capace di parlare al presente e soprattutto al futuro. Ventuno alberi, ventuno nomi, ventuno storie: gli alberi crescono, attraversano il tempo e possono rappresentare il legame tra ciò che è stato e ciò che saremo. Vorremmo che bambine e bambini, ragazze e ragazzi potessero incontrare quella memoria, conoscerla e riconoscere il valore della partecipazione delle donne alla nascita della nostra democrazia". L'ordine del giorno

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

impegna inoltre il Sindaco e la Giunta a promuovere, nell'ambito dell'80° anniversario, iniziative pubbliche, culturali ed educative dedicate alle Madri Costituenti e a Maria Agamben Federici, coinvolgendo scuole, istituzioni culturali, associazioni impegnate nella promozione dei diritti delle donne e organismi di parità. L'intento è fare del luogo individuato non solo uno spazio commemorativo, ma un punto di riferimento per attività di educazione civica, approfondimento storico e valorizzazione dei principi costituzionali. "Non vogliamo semplicemente aggiungere un nome a una targa o celebrare una ricorrenza. Vogliamo lasciare nella città un segno riconoscibile e duraturo di quella straordinaria stagione nella quale donne e uomini costruirono la democrazia italiana. Ricordare le Madri Costituenti significa ricordare che libertà, uguaglianza, diritti e partecipazione non sono acquisizioni scontate, ma conquiste che vanno conosciute, difese e trasmesse". "E proprio guardando a ciò che accade oggi, davanti ai recenti attacchi alle libertà, ai diritti e alla dignità delle donne, sentiamo ancora più forte il dovere di non considerare quelle conquiste come acquisite una volta per tutte. La libertà e la dignità delle donne vanno difese ogni giorno e rilanciate sempre. Per questo la memoria delle Madri Costituenti non può essere soltanto celebrazione del passato: deve diventare un impegno per il presente e per il futuro", concludono Pezzopane e Giannangeli. Flash mob della Sezione soci dell'Aquila di Unicoop Etruria, Anpi e Acli negli spazi esterni della Coop per celebrare il 2 giugno e una delle protagoniste della Costituente.

Trm Tv

Area Sud e Isole

"Cara Dea", la forza delle parole contro il disagio giovanile al Corner Librerie Coop Alleanza 3.0

Dare voce alle fragilità degli adolescenti e trasformare il dolore in uno strumento di ascolto e consapevolezza. È questo il significato della presentazione di "Cara Dea. Lettere per continuare a vivere. Dal buio dell'adolescenza alla forza di andare avanti", l'antologia curata dall'associazione "Dea per sempre", fondata da Mirna Mastronardi, mamma di Dea, la quindicenne scomparsa nel 2024. L'incontro si è svolto venerdì pomeriggio al Corner Librerie Coop Alleanza 3.0 del Centro Commerciale Mongolfiera di Venusio, nell'ambito della rassegna "Storie da leggere, Sapori da gustare". Al centro, il tema del disagio giovanile, affrontato attraverso le lettere nate dalla prima edizione del concorso di scrittura "Cara Dea", rivolto ai ragazzi e pensato per favorire l'emersione di paure, fragilità e insicurezze. Antonello Lombardi.



Trm Tv

"Cara Dea", la forza delle parole contro il disagio giovanile al Corner Librerie Coop Alleanza 3.0

09/25/2026 19:25 Antonello Lombardi

Dare voce alle fragilità degli adolescenti e trasformare il dolore in uno strumento di ascolto e consapevolezza. È questo il significato della presentazione di "Cara Dea. Lettere per continuare a vivere. Dal buio dell'adolescenza alla forza di andare avanti", l'antologia curata dall'associazione "Dea per sempre", fondata da Mirna Mastronardi, mamma di Dea, la quindicenne scomparsa nel 2024. L'incontro si è svolto venerdì pomeriggio al Corner Librerie Coop Alleanza 3.0 del Centro Commerciale Mongolfiera di Venusio, nell'ambito della rassegna "Storie da leggere, Sapori da gustare". Al centro, il tema del disagio giovanile, affrontato attraverso le lettere nate dalla prima edizione del concorso di scrittura "Cara Dea", rivolto ai ragazzi e pensato per favorire l'emersione di paure, fragilità e insicurezze. Antonello Lombardi.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Sassi Live

Area Sud e Isole

Presentato libro "Cara Dea. Lettere per continuare a vivere. Dal buio dell'adolescenza alla forza di andare avanti" nel Corner Librerie Coop Alleanza 3.0 del Centro Commerciale Mongolfiera di Venusio a Matera: report e foto


Sassi Live

Presentato libro "Cara Dea. Lettere per continuare a vivere. Dal buio dell'adolescenza alla forza di andare avanti" nel Corner Librerie Coop Alleanza 3.0 del Centro Commerciale Mongolfiera di Venusio a Matera: report e foto

09/25/2026 20:13

Scopri di più Prenota Tour Locali Consulta Mappe Interattive Guide turistiche Matera Presentato nel pomeriggio nel Corner Librerie Coop Alleanza 3.0 del Centro Commerciale Mongolfiera di Venusio, nell'ambito della rassegna "Storie da Leggere, Sapori da Gustare" il libro "Cara Dea. Lettere per continuare a vivere. Dal buio dell'adolescenza alla forza di andare avanti", l'antologia curata dall'associazione "Dea per sempre", fondata da Mirna Mastronardi, mamma di Dea, vittima di suicidio il 4 ottobre 2024. Un'iniziativa che ha puntato ad esplorare il tema del disagio giovanile troppo spesso derubricato a "problema dei ragazzi" e non compreso in quelle che sono dinamiche che vedono protagonisti anche, e soprattutto, gli adulti. La morte di Dea, quindicenne meravigliosa, brillante e solare, scuote le coscienze, innescando riflessioni e domande che si aggiungono al dolore senza fine di chi l'ha amata. È da quel dolore che vede la luce "Dea per sempre", un'associazione che vuole tendere la mano a tutte le ragazze e i ragazzi che vivendo un disagio inconfessato rischiano di perdersi definitivamente. Per provare a comprendere quel mondo apparentemente senza via d'uscita, nasce la prima edizione del concorso di scrittura "Cara Dea", che invita i ragazzi a scrivere una lettera immaginaria a Dea, alla quale forse diventa più "facile" rivelare paure, fragilità e insicurezze. Questo è il libro che, custodendo quelle confessioni (e con l'aiuto di alcuni esperti, come il neuropsichiatra Massimo Polledri e la psicologa Mariangela Guerra), cerca di tracciare un percorso per aiutarci a capire come fare, cosa fare e cosa dire per restituire ai nostri giovani la forza di vivere. L'antologia Cara Dea vuole essere quella finestra che si spalanca sul mondo dei nostri adolescenti, pieni di talento e bellezza, eppure troppo spesso convinti di essere dalla parte sbagliata del mondo. All'interno del libro anche il contributo di Lisa Iotti, giornalista e autrice di docufiction per Rai Tre e Sky, inviata per il programma di inchiesta Presadiretta, la cui puntata «Iperconnessi» ha vinto il premio Goffredo Parise per il reportage. Il dolore mentale insopportabile e la sua conseguenza estrema, il darsi la morte, sono sempre più di interesse dei ricercatori e degli addetti alla salute pubblica ma poco affrontati in consessi generali, questa occasione diventa così particolarmente interessante e utile perché capace di farsi carico di questa emergenza con un atteggiamento responsabile e un approccio attivo dove la lettura diventa strumento di condivisione e dialogo utile a generare cambiamento. La fotogallery della presentazione del libro (foto www.SassiLive.it) Scopri di più Tour della Murgia guerre Esplora Surplus Militare.

Corriere della Sera

Controllate e partecipate

L'intervista

«Mps è in una fase cruciale In Italia servono istituti più forti»

Il presidente Bisoni: la mossa su Bpm e Banca Generali evoluzione naturale dopo Mediobanca

DANIELA POLIZZI E NICOLA SALDUTTI


ECONOMIA

«Mps è in una fase cruciale In Italia servono istituti più forti»

Il presidente Bisoni: la mossa su Bpm e Banca Generali evoluzione naturale dopo Mediobanca

«Non è un'operazione difensiva. La doppia Ops annunciata dal Monte dei Paschi su Banca Generali e Banco Bpm ha un forte valore industriale. E' un'evoluzione naturale dopo Mediobanca». Cesare Bisoni è il presidente di Mps indicato nella lista di Plt che ha raccolto la maggioranza dei consensi all'assemblea di aprile che ha riportato alla guida il ceo Luigi Lovaglio. È Professore emerito dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. Accademico ma anche con ruoli in passato nella governance di Unicredit di cui è stato anche presidente. Nel suo ruolo ora si è trovato al centro della seconda ondata di risiko bancario che vede Intesa Sanpaolo determinata a portare a termine la sua Opas sul Monte. «La lettera di Banco Bpm che a giugno proponeva di esplorare una fusione tra pari era una prima tappa di avvicinamento che nella visione strategica condividevamo, e continuiamo a farlo».

Quale è il modello migliore per una banca che ha come obiettivo quello di erogare credito e sostenere le imprese?

«Una banca vicina alla clientela, che sappia essere di sostegno anche nei momenti di difficoltà, che sappia dialogare con i territori e sia di aiuto allo sviluppo del tessuto produttivo. Questo modello virtuoso corrisponde a quello del Monte che è ancora una banca di prossimità. Il Monte ha attraversato momenti complessi, ma ha saputo rinascere grazie alla guida di Lovaglio e soprattutto al contributo dei dipendenti. E l'intera città è al fianco della banca. Il risultato è stato che Mps ha riconquistato una solidità patrimoniale che consente di destinare risorse finanziarie all'economia e ai territori dove è presente».

Come si concilia la scala dimensionale con la vicinanza al territorio?

«L'obiettivo non è la crescita in sé ma quello di offrire ai clienti - famiglie e imprese - una gamma più ampia di prodotti e servizi anche nella consulenza e nel wealth management. Se da un lato la scala è fondamentale per la capacità di investimento, c'è però un limite che ha a che fare con la concorrenza e con la necessità per una banca di mantenere un forte presidio sul territorio. Insomma, la crescita dimensionale non deve andare a scapito della concorrenza».

Ma quindi cosa pensa di questo nuovo consolidamento?

«Un tempo ai miei studenti dicevo che il mercato bancario italiano era troppo frammentato. Poi c'è stata concentrazione e direi che ora occorre preservare una pluralità.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Solo due banche forti non sono sufficienti per l'efficienza del sistema, anche dal punto di vista dell'erogazione del credito. Stiamo partecipando a un momento cruciale nel settore bancario e noi ne siamo attori protagonisti».

L'Antitrust dovrà esprimersi in via definitiva anche sulle vostre Ops. Prevede tempi lunghi?

«L'autorizzazione dell'Antitrust è uno dei passaggi essenziali. Banco Bpm e Mps sono molto complementari, anche dal punto di vista territoriale. Prevedo un iter fluido.

Nella proposta di Intesa c'è già una separazione quasi a metà della nostra banca a favore di Unipol, ma mi aspetto che l'attenzione dell'Autorità sia massima».

E Bce?

«Con la Banca centrale europea i contatti sono continui, non vedo particolari problemi».

La maggior parte dei consiglieri di minoranza non è allineata agli esponenti della maggioranza. Alcuni osservatori dicono che si è venuta a creare una governance non compatta.

«La fase iniziale del cda è stata un po' complicata, con qualche tensione al momento delle nomine. Ci sono decisioni a maggioranza e altre all'unanimità, ma non ritengo complicato gestire il consiglio. Ci sono certamente sensibilità diverse sul progetto che abbiamo annunciato.

Quando i consiglieri mi scrivono per avere chiarimenti su alcuni passaggi, io rispondo con la massima trasparenza».

Ci sono due Ops proposte dal Monte e l'Opas lanciata da Intesa. E' uno scenario mai visto e ci sono molti piani che si intrecciano...

«C'è un obiettivo da raggiungere, quello di dar vita a un gruppo finanziario diversificato e con una forte rete distributiva, e ho molta fiducia nell'ad. Bisogna sostenerlo anche in questa fase di maggiore complessità».

Perché le vostre Ops dovrebbero convincere di più gli azionisti rispetto all'Opas di Intesa che è già stata approvata dalla sua assemblea?

«La nostra proposta nasce dalla convinzione che esiste un'alternativa industriale credibile e con una forte valenza strategica. Gli azionisti sceglieranno l'opzione con le prospettive di creazione di valore più interessanti. Questa è l'ottica con cui ci muoviamo». Avete già iniziato i sondaggi con gli azionisti? «I rapporti con gli investitori sono principalmente nelle mani di Lovaglio che tra New York e Londra ha già iniziato ad incontrare diversi fondi». Cosa si aspetta all'assemblea del 29 ottobre chiamata a votare sulle due Ops? «Mi aspetto un voto favorevole, affinchè gli azionisti mantengano la possibilità di poter decidere tra due opzioni quando sarà il momento». Quale equilibrio azionario avrebbe più senso per Generali di cui Mps è il principale azionista attraverso Mediobanca? «Ritengo che la soluzione migliore sia un nucleo di azionisti stabili, non necessariamente ristretto, che condivida la stessa

visione per il futuro della compagnia. Un gruppo assicurativo italiano, con un assetto chiaro e un management che non sia espressione di un potere, ma che conduca una politica di gestione del risparmio sana e prudente».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nazione (ed. Firenze)

Controllate e partecipate

La due giorni

A Villa Donatello si parla di nascite Arriva la rivista «Fertilità a 360°» La guida alla salute riproduttiva


Tutto Firenze

Scarpotte allacciate al parco delle Cascine Corri la vita, in 'pista' nel cuore della città

Sessanta docenti in visita a Barbiana Incontro sul cammino e il valore della Costituzione repubblicana

Il cinema piange Silvia D'Amico De Zaffirelli a Rosselini, fino a Nuvicelli Una vita dedicata alla settima arte

A Villa Donatello si parla di nascite Arriva la rivista «Fertilità a 360°» La guida alla salute riproduttiva

Carabinieri cinofili da settant'anni Festa ed esibizione al Visarno

055 2602206

In Italia una coppia su sei ha problemi di infertilità e, quando ciò accade, i percorsi di diagnosi e cura che si trova davanti sono spesso frammentati e poco chiari. Per dare risposte concrete a queste problematiche, nella settimana in cui si è celebrata la Giornata Nazionale della Fertilità, Villa Donatello, società di Unipol S.p.A., propone iniziative, che spaziano dalla comunicazione scientifica a quella divulgativa, rivolta ai pazienti e alle coppie. Continua oggi, presso la sede di Sesto Fiorentino di Villa Donatello, il convegno scientifico "Generare il Futuro, Scienze e Cura della Fertilità", con la direzione scientifica del Prof. Luca Mencaglia. Nel corso del convegno, Villa Donatello ha presentato la rivista divulgativa "Fertilità a 360°.

Guida alla salute riproduttiva", ideata per aiutare chi sta affrontando, o affronterà in futuro, un percorso legato alla fertilità e che necessita di risposte autorevoli e chiare a domande fondamentali.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Coop e Cooperazione

Promotica affianca Coop nella campagna "Coop per la Scuola 2026"


Distribuzione Moderna

Promotica affianca Coop nella campagna "Coop per la Scuola 2026"

09/25/2026 15:01

Promotica affianca Coop nella campagna "Coop per la Scuola 2026" , l'iniziativa dell'insegna a sostegno degli istituti scolastici italiani. Come funziona Fino al 18 novembre 2026, per ogni 15 euro di spesa o con l'acquisto di prodotti sponsor, saranno assegnati voucher contenenti bollini validi per la collezione Alessi e Buoni Scuola da destinare all'istituto scolastico prescelto. I Buoni Scuola possono essere consegnati direttamente agli istituti oppure caricati tramite l' app "Coop per la Scuola" entro l'11 gennaio 2027. Accedendo alla propria area riservata sul sito dedicato, le scuole, fino al 18 gennaio 2027, possono convertire i buoni raccolti in materiali, attrezzature e strumenti utili alle attività didattiche. Il percorso educativo Accanto al catalogo premi, Coop mette a disposizione degli insegnanti un innovativo percorso educativo dedicato al tema della Salute Circolare , paradigma ideato dalla professoressa Ilaria Capua , virologa di fama internazionale, senior fellow of global health presso la Johns Hopkins University Sais Europe da anni impegnata nella ricerca e nella divulgazione scientifica sui temi della salute globale. La Salute Circolare rappresenta un'evoluzione del concetto di One Health , promuovendo una visione sistemica della salute agganciandola agli obiettivi di sostenibilità dell'Onu . Un approccio al futuro che invita a comprendere come il benessere individuale e collettivo dipendano dall'equilibrio tra i quattro elementi fondamentali acqua, aria, terra e fuoco che dipendono sostanzialmente dalle scelte che compiamo ogni giorno. Come nelle precedenti edizioni, Saperecoop e Giunti metteranno a disposizione proposte didattiche, laboratori e materiali scaricabili gratuitamente dal sito ufficiale, per accompagnare docenti e studenti in un percorso di scoperta, consapevolezza e responsabilità. Le guide saranno realizzate da Giunti Scuola in collaborazione con la professoressa Ilaria Capua e il team di Geopop , il progetto editoriale del gruppo Ciaopeople più seguito del web con una community

Promotica affianca Coop nella campagna "Coop per la Scuola 2026" , l'iniziativa dell'insegna a sostegno degli istituti scolastici italiani. Come funziona Fino al 18 novembre 2026, per ogni 15 euro di spesa o con l'acquisto di prodotti sponsor, saranno assegnati voucher contenenti bollini validi per la collezione Alessi e Buoni Scuola da destinare all'istituto scolastico prescelto. I Buoni Scuola possono essere consegnati direttamente agli istituti oppure caricati tramite l' app "Coop per la Scuola" entro l'11 gennaio 2027. Accedendo alla propria area riservata sul sito dedicato, le scuole, fino al 18 gennaio 2027, possono convertire i buoni raccolti in materiali, attrezzature e strumenti utili alle attività didattiche. Il percorso educativo Accanto al catalogo premi, Coop mette a disposizione degli insegnanti un innovativo percorso educativo dedicato al tema della Salute Circolare , paradigma ideato dalla professoressa Ilaria Capua , virologa di fama internazionale, senior fellow of global health presso la Johns Hopkins University Sais Europe da anni impegnata nella ricerca e nella divulgazione scientifica sui temi della salute globale. La Salute Circolare rappresenta un'evoluzione del concetto di One Health , promuovendo una visione sistemica della salute agganciandola agli obiettivi di sostenibilità dell'Onu . Un approccio al futuro che invita a comprendere come il benessere individuale e collettivo dipendano dall'equilibrio tra i quattro elementi fondamentali acqua, aria, terra e fuoco che dipendono sostanzialmente dalle scelte che compiamo ogni giorno. Come nelle precedenti edizioni, Saperecoop e Giunti metteranno a disposizione proposte didattiche, laboratori e materiali scaricabili gratuitamente dal sito ufficiale, per accompagnare docenti e studenti in un percorso di scoperta, consapevolezza e responsabilità. Le guide saranno realizzate da Giunti Scuola in collaborazione con la professoressa Ilaria Capua e il team di Geopop , il progetto editoriale del gruppo Ciaopeople più seguito del web con una community di oltre 16 milioni. Per le scuole dell'infanzia Per le scuole dell'infanzia è prevista un' attività ludico-educativa interamente offline , che fino all'11 gennaio 2027 consentirà a insegnanti e bambini di avvicinarsi ai principi della Salute Circolare attraverso il gioco e la scoperta. I premi previsti dall'iniziativa sono pensati per riconoscere e incentivare la partecipazione delle diverse fasce scolastiche. Per la scuola dell'infanzia, le 26 classi finaliste riceveranno 1.500 Buoni Scuola da utilizzare per la scelta dei premi presenti nel catalogo. Inoltre, tutte le classi che completeranno l'attività entro l'11 gennaio 2027 riceveranno un riconoscimento immediato di 250 Buoni Scuola ciascuna. Per le scuole primarie e secondarie Per le scuole primarie, secondarie di primo grado e secondarie di secondo grado è invece previsto un percorso articolato in quattro missioni tematiche . Ogni missione offre l'accesso a contenuti di approfondimento

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

realizzati da Geopop, Ilaria Capua e Giunti Scuola, accompagnati da spunti di riflessione che aiutano gli studenti a mettere in relazione quanto appreso con la realtà del proprio territorio. Al termine di ogni missione, gli studenti dovranno superare un test composto da cinque domande a risposta multipla: il completamento corretto del test consentirà di ottenere subito 250 Buoni Scuola per la classe Le classi che porteranno a termine con successo tutte e quattro le missioni accederanno infine all'estrazione conclusiva, che prevede premi dedicati e differenziati in base al grado scolastico di appartenenza. Le altre iniziative Il supporto di Geopop e della professoressa Ilaria Capua è stato determinante per lo sviluppo e la divulgazione del progetto. Oltre ai contenuti di approfondimento, hanno contribuito alla realizzazione di un videogioco interattivo destinato al coinvolgimento dei ragazzi e delle famiglie ispirato al concetto di Salute Circolare, che prende forma all'interno di un Terrarium. Il progetto sarà accompagnato da una serie di contenuti firmati Geopop , ispirati alla metafora del Terrarium e dal tema della circolarità per raccontare l'importanza delle interconnessioni fra esseri viventi e i quattro elementi. Tutti i contenuti troveranno spazio sui canali digitali di Geopop, tra cui il sito web e i profili YouTube, Instagram, Facebook e TikTok. I commenti Diego Toscani, amministratore delegato di Promotica , ha commentato: "Siamo felici di affiancare ancora una volta Coop in un progetto che mette al centro il valore dell'educazione e il ruolo della scuola nella formazione delle nuove generazioni. 'Coop per la Scuola' rappresenta molto più di un'iniziativa di fidelizzazione: è un'opportunità concreta per sostenere gli istituti scolastici e, allo stesso tempo, promuovere percorsi di apprendimento innovativi e coinvolgenti. Il tema della Salute Circolare ci invita a riflettere sull'interconnessione tra persone, ambiente e animali, offrendo agli studenti strumenti utili per comprendere le sfide del presente e del futuro. Un ringraziamento speciale va a Ilaria Capua e al team di Geopop, che con le loro competenze hanno dato un contributo fondamentale alla qualità dei contenuti e alla capacità del progetto di coinvolgere studenti, insegnanti e famiglie in modo innovativo e accessibile. Siamo orgogliosi di contribuire a un progetto che valorizza la partecipazione attiva di scuole, insegnanti e famiglie, generando un impatto positivo e duraturo sulle comunità e sul territorio". La professoressa Ilaria Capua ha dichiarato : " C'è bisogno di più scienza in questo momento storico che stiamo vivendo e c'è bisogno di diffondere consapevolezza proprio a partire dalle giovani generazioni. Il mio impegno nasce da questa constatazione di fondo. L'attualità, anche la più recente, ci offre molteplici occasioni di riflessione e al di là delle decisioni che spettano ai grandi organismi internazionali e comunque alle politiche pubbliche anche ogni nostro gesto o abitudine non è ininfluente. Salute e sostenibilità sono legate a doppio filo. Con questo progetto intendiamo affermarlo e spiegarlo ". Andrea Moccia, geologo fondatore e direttore di Geopop afferma: " Noi di Geopop affianchiamo Coop in questo progetto, mettendo a disposizione la nostra esperienza nella divulgazione scientifica. La scienza non è noiosa: bisogna solo trovare il modo giusto per raccontarla e trasformarla in un'esperienza concreta. Per questo abbiamo scelto di utilizzare un terrarium, un piccolo ecosistema che permette di

osservare da vicino e toccare con mano quanto sia prezioso, ma anche fragile, il mondo che ci circonda. Una fragilità che l'attualità ci ricorda ogni giorno ".

La Stampa (ed. Vercelli)

Coop e Cooperazione

il colloquio

La rinascita dell'ex Montefibre passa dal superstore di Nova Coop

ROBERTO MAGGIO

Da Desana a Zurigo, passando per la Cina. Sofia Nascimbene, dopo una laurea in lingue e un master alla Bocconi, oggi è responsabile delle strategie di marketing di Lindt nei luoghi dei viaggi internazionali.

andrea zanello - Pagina 41.



La Stampa (ed. Vercelli)

Coop e Cooperazione

La società cooperativa ha confermato l'intenzione di chiudere l'attuale punto vendita in largo Chatillon per aprirne uno più grande ed innovativo. L'investimento già previsto in passato era di 30-40 milioni

L'area ex Montefibre riparte con il super store di Nova Coop

ROBERTO MAGGIO


L'area ex Montefibre riparte con il super store di Nova Coop


"Faccio volare Lindt in alto negli aeroporti del mondo"

ROBERTO MAGGIO Il progetto di rinascita dell'ex area Montefibre di Vercelli con un nuovo supermercato marchiato Coop è tutt'altro che tramontato. Alle dichiarazioni di quest'inverno dell'amministrazione comunale, che confermava interlocuzioni con Nova Coop sul nuovo insediamento al Cervetto, si aggiunge ora una fonte ufficiale interna all'azienda. Il contesto è la recente inaugurazione dell'impianto fotovoltaico a servizio della sede direzionale di Nova Coop, a Larizzate, di proprietà della controllata Nova Aeg: a margine del taglio del nastro, la società cooperativa ha confermato l'intenzione di chiudere l'attuale punto vendita di largo Chatillon e aprirne uno più moderno a qualche centinaia di metri di distanza, nel vecchio cuore produttivo di Vercelli, oggi in parte bonificato.

A parlare a La Stampa è Antonio Audo, direttore Area tecnica e patrimonio di Nova Coop. «La società cooperativa è proprietaria di una parte del sito dell'ex Montefibre - ha spiegato -, sulla quale è stata già effettuata una parte degli investimenti previsti, per completare la bonifica. La riqualificazione di quell'area è un processo lungo, che ha dovuto subire alcuni correttivi, come è normale, in corso d'opera. Solo recentemente abbiamo convenuto alcuni elementi di modifica con gli uffici tecnici e l'amministrazione per rendere il progetto più aderente alle nostre necessità, e prossimamente ripresenteremo gli elaborati per poi riprendere l'iter autorizzativo del Piano esecutivo convenzionato». Del faraonico progetto su Vercelli si era parlato per la prima volta in occasione dell'inaugurazione del centro direzionale a Larizzate, nel 2014: l'azienda aveva già comunicato la volontà di creare un nuovo super store nell'area ex Montefibre, più grande e innovativo di quello esistente. L'investimento pensato a quei tempi ammontava a circa 30-40 milioni di euro.

L'iter ha subito modifiche in corso d'opera e nel 2019 erano stati demoliti diversi capannoni, compresi quelli con accesso da viale Torricelli usati per costruire i carri di carnevale.

Nonostante i rallentamenti, l'idea di un nuovo insediamento non è mai tramontata, anche se è stata modificata agli attuali standard del mondo della grande distribuzione. «Entro qualche anno trasferiremo l'attuale supermercato di largo Chatillon in un nuovo punto vendita creato su quell'area - ha aggiunto Audo -, che a suo tempo era stata acquistata per migliorare l'offerta in città. Sappiamo che quella attuale, di largo Chatillon, è una struttura datata, obsoleta, non più adeguata al giorno d'oggi. Questo il motivo ha portato all'acquisto della superficie su cui verrà creato il nu

ovo supermercato». A riaccendere la speranza, a febbraio, era stato l'assessore alle Attività produttive

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa (ed. Vercelli)

Coop e Cooperazione

Stefano Pasquino durante un punto stampa in sala giunta. «C'è stato un incontro con Nova Coop sul progetto di realizzazione di un nuovo supemercato e presto ce ne saranno altri», aveva precisato l'assessore parlando in generale di nuovi insediamenti, campi fotovoltaici e Comunità energetiche rinnovabili in città. Una prima bozza di progetto era stata presentata nel 2016: il grande investimento annunciato dall'allora amministrazione Forte e da Nova Coop prevedeva, nel retro di viale Torricelli, via Caduti sul Lavoro e il grande piazzale dell'ex Area 24, un nuovo supermercato, un distributore di benzina e gasolio marchiato Ener Coop, una grande area residenziale con prati e alberi, e tre-quattro grandi complessi immobiliari residenziali. La superficie complessiva del nuovo insediamento era stimata in 45. 000 metri quadrati. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno

Coop e Cooperazione

Si accende la prima edizione

Manin Borgo Musica, danza e artigianato


GIORNO&NOTTE LIVORNO

GUIDA AGLI EVENTI

Forti il tortaio come Cattelan «Il 15 e 5 come un'opera d'arte»

Si accende la prima edizione

Manin Borgo Musica, danza e artigianato

Deep festival: stasera al 4 Mori

Fabbrico antifascista La storia del borgo in scena con Loizzi

Livorno Borgo Cappuccini protagonista di un'intera giornata dedicata alla musica ed alla danza dal vivo. L'obiettivo: favorire la conoscenza di quanto di artistico e professionalmente qualificante si muove nel quartiere popolare. La festa è oggi sul prato di piazza Manin dalle 10 con mostre, arte, mestieri, percorsi formativi, per proseguire alle 17 con un concerto di musica classica e lirica con coreografie danzate (tutte le iniziative sono ad ingresso libero), e l'aperitivo solidale di chiusura. «Il progetto, denominato MaNin Borgo - spiega il presidente del Consiglio di Zona 3 Alessandro Raffaele - è stato presentato da alcuni cittadini di Borgo Cappuccini, con l'obiettivo di favorire la riqualificazione urbana e culturale del quartiere tramite l'organizzazione di eventi insieme con le attività presenti e valorizzare nello stesso tempo gli spazi urbani come volano di iniziative culturali, di svago e di sostegno sociale». Il progetto ha incontrato subito l'apporto programmatico e logistico del circolo musicale intitolato al tenore livornese, che in piazza Manin ha da oltre 50 anni la sua sede: «Siamo fieri di ospitare questa 1° edizione - afferma Paolo Noseda, presidente del circolo Masini - a testimoniare l'importanza della nostra associazione. La crescita dell'ultimo anno è il risultato di una programmazione musicale diversificata e di qualità e siamo lieti di offrire struttura e collaborazione per eventi come questo» .

Il programma Dalle 10 le realtà artistiche e professionali di Borgo Cappuccini accoglieranno i visitatori al circolo Masini per raccontare mestieri e ipercorsi formativi. Tra questi la coop Brikke Brakke con l'esposizione di una opera tessile realizzata dal laboratorio di riuso del tessuto del centro diurno Blu Cammello; il gruppo di Navimodellisti livornesi che realizza modelli navali storici e custodisce disegni e libri che raccontano secoli di storia della marineria. Alle 11 l'incontro con gli studenti della classe III° del Nautico per il corso di Storia di costruzione navale con la consegna degli attestati al "1° corso di modellismo e di restauro navale". Poi una mostra collettiva con i lavori di Elena Zambini (recupero artistico e restyling mobili); gli artisti Massimo Bardi, Andrea Forgiarini ed Lucia Anna Leone.

Stefano Pilato by Art Pesce Fresco, maestro del riciclaggio artistico esporrà la sua opera "rimorchiatore interstellare".

Alla giornata prenderanno parte l'associazione Cure Palliative e il Cut con la mostra Esplorazioni Urbane | Derive Fotografiche a Livorno, che racconta l'anima dei quartieri labronici trasformando immagini e narrazioni in un archivio vivente.

Sarà ampliato l'archivio con un corner fotografico: i cittadini sono invitati a farsi ritrarre raccontando

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

la propria storia.

Una stampa immediata andrà a comporre un suggestivo muro corale di volti. Al termine i protagonisti potranno ritirare la propria stampa fotografica.

Alle 17 musica e danza col soprano Sara Salvatori, il mezzosoprano Maria Luce Menichetti con Anna Cognetta al piano, con arie e brani dalle opere di Handel, Mozart, Schubert, Schumann, Bizet, Puccini; poi il balletto delle allieve della Scuola di danza "Fly Dancing School", coreografie di Annalucia D'Ubaldo, su musiche di Debussy, Bizet e Mascagni. In contemporanea aperitivo Solidale organizzato da "Il Chioschino" di Filippo Brandolini. «Parte del ricavato sarà devoluta a sostegno dell'evento che ha come sponsor Rqr & partners, Unicoop Firenze - sezione soci Livorno e la Misericordia di Livorno».

.

La Nazione (ed. Grosseto-Livorno)

Coop e Cooperazione

Livorno



Torna 'Run for Dogs'
La corsa per le adozioni

L'Enciclica di Papa Leone XIV
Confronto aperto al 'Fitto'

Alessandro Benvenuti a Cecinema

Torneo giovanile di calcio per Avis

Prosegue la XIV edizione di Suoni Inauditi, Rassegna Internazionale di Musica Contemporanea del Conservatorio Statale di Musica Pietro Mascagni di Livorno, realizzata con il contributo di Unicoop Firenze. Oggi alle 16.30, nell'Auditorium Cesare Chiti, è in programma (a ingresso libero) il settimo concerto della rassegna, con protagonista al pianoforte Matteo Giovannelli. L'appuntamento si apre con il Prelude di Maurice Ravel e prosegue con Garden of Eden suite: II di William Bolcom e Minstrels, dai Préludes, libro I, di Claude Debussy. Seguiranno Piano Ragtime di Igor Stravinsky, Garden of Eden suite: IV di Bolcom e Golliwo's Cakewalk" da Children's Corner di Debussy. Il programma comprende inoltre la Sonatina di Ravel, le 2 toccatas di George Antheil, Garden of Eden suite: I di Bolcom, i 3 Rag Caprices di Darius Milhaud, i 3 preludes di George Gershwin e Garden of Eden suite: III di Bolcom.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Mantova

Concorrenza GDO

Cambiamenti climatici

Insalata e pomodori Il clima svuota gli scaffali dei supermercati

Eventi atmosferici estremi e ondate di calore incidono sulla disponibilità dei prodotti ortofrutticoli Nei market compaiono gli avvisi per i clienti Coldiretti e Confagricoltura: «Boom dei prezzi all'ingrosso» I INFORMAZIONE AI CLIE

VALERIO MORABITO


Cronaca

Insalata e pomodori Il clima svuota gli scaffali dei supermercati

Il cambiamento climatico è entrato al supermercato. Si legge su un cartello tra le insalate e i pomodori: «A causa delle condizioni climatiche nelle zone di produzione, la disponibilità di alcuni prodotti ortofrutticoli potrebbe essere temporaneamente ridotta». Il cartello compare all'Esselunga di Mantova e nei supermercati Rossetto di Marmirolo e Desenzano del Garda, nel market non distante dal confine con Castiglione delle Stiviere. Messaggi simili sono sempre più diffusi nella grande distribuzione.

Eventi climatici estremi Il grande caldo che ha colpito i campi si fa sentire anche tra gli scaffali: raccolti più scarsi, consegne meno regolari e insalate in busta che faticano a tornare a pieno regime. Secondo Confcooperative servirà almeno un altro mese. Alcuni prodotti potrebbero scarseggiare, senza lasciare vuoti gli scaffali. Proprio come sta accadendo a Mantova e in provincia.

Gli scaffali non sono vuoti, ma il rischio della possibile assenza di alcuni prodotti è confermata dai cartelli esposti sotto la merce.

Secondo Coldiretti Mantova, «in Lombardia la produzione è diminuita del 30-40 per cento per insalate, melanzane, pomodori da mensa e cetrioli. Per le zucchine il calo è del 10-12 per cento. Meno disponibili spinaci, carote, rucola e peperoni: la scelta al banco può cambiare da un giorno all'altro. I prezzi all'ingrosso sono saliti di circa il 70 per cento dall'inizio dell'estate, quando però non coprivano nemmeno i costi di produzione».

Le cause «La causa principale di questa situazione sottolinea Coldiretti - è il perdurare delle alte temperature negli ultimi due mesi, che ha impedito alle piante di sviluppare in maniera ottimale i frutti, con il risultato di avere pezzature più piccole. Al caldo, in alcuni casi, si sono poi sommati episodi localizzati di grandinate. La conseguenza di tutto ciò è un incremento dei prezzi all'ingrosso che sono aumentati di circa il 70 per cento rispetto a inizio estate, quando si avevano però prezzi che non coprivano nemmeno i costi di produzione».

«La ridotta disponibilità di prodotti ortofrutticoli freschi sui banchi della grande distribuzione ha principalmente due ragioni analizza Andrea Pagliari, presidente di Confagricoltura Mantova - La prima è legata all'andamento climatico di quest'estate, con eccezionali ondate di calore che hanno messo a dura prova le colture in campo e in serra, ma anche con eventi calamitosi, quali violente A causa delle condizioni clamati nelle zone di produzione, la dis,ppnibilitä di alcuni prodott ortorritticoll potrebbe essere tetTlrarleamente ridotta. Stiamo lavorando per garantlr Il miglior servizio possibile. (v1 scusiamo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

per il disagio. piogge e grandinate, che hanno spesso danneggiato le produzioni in svariate zone della Lombardia. A tutto questo si è aggiunta la ridotta quantità di trapianti rispetto al 2025, annata che aveva presentato numerose criticità a livello di remunerazione per i produttori, e che li ha fatti dunque orientare verso una riduzione delle produzioni, con l'obiettivo di ottenere un prezzo

migliore in fase di vendita». Il distretto mantovano Situazione diversa per il distretto mantovano dell'insalata, nella zona di Guidizzolo: «Qui - prosegue Pagliari - l'alta specializzazione dei nostri produttori e le innovative tecnologie utilizzate, unite all'assenza di eventi climatici calamitosi, hanno fatto sì che le produzioni fossero decisamente soddisfacenti, sia in termini di qualità che di quantità. In molti casi le nostre insalate sono state vendute alle aziende di quarta gamma (insalate in busta pronte da consumare, ndr) della zona di Brescia e Bergamo, che erano di fatto

rimaste senza materia prima». Per ora gli effetti di quanto è avvenuto in estate non sono stati evidenti. Ad agosto il calo dell'offerta di verdura e, in particolare, di insalata e pomodori non si è tradotto in un aumento rilevante dei prezzi per chi acquista. Ma già dalle prossime settimane le cose potrebbero cambiare: nei mercati all'ingrosso, quelli da cui si riforniscono i negozi al dettaglio, stanno cominciando a vedersi rincari forti. Secondo le rilevazioni della Borsa merci telematica italiana (Bmti), l'istituto nazionale che monitora l'andamento dei prezzi all'ingrosso dei beni agricoli, la lattuga cappuccio costa in questi giorni quasi l'80 per cento in più rispetto all'anno scorso, i pomodori ciliegini oltre il 60 per cento, i cuore di bue circa il doppio, il ra

dicchio rosso quasi il triplo.

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Despar Nord lancia con Wecity la terza edizione di "Viaggia Sostenibile e Vinci"


Distribuzione Moderna

Despar Nord lancia con Wecity la terza edizione di "Viaggia Sostenibile e Vinci"

09/25/2026 11:33

Despar Nord lancia con Wecity la terza edizione di "Viaggia Sostenibile e Vinci" Despar Nord ha annunciato i risultati raggiunti dalle prime due edizioni di "Viaggia Sostenibile e Vinci" , l'iniziativa promossa insieme alla piattaforma Wecity : oltre 33.000 viaggi sostenibili , quasi 160.000 km percorsi con modalità alternative all'auto privata e più di 15 tonnellate di CO2 risparmiate Un percorso che prosegue anche nel 2026-2027 con la terza edizione del progetto , pensato per incentivare colleghe e colleghi di Despar Nord a scegliere, nei propri spostamenti casa-lavoro, modalità di trasporto alternative all'auto quali la bicicletta , gli spostamenti a piedi , il monopattino e il trasporto pubblico Le iscrizioni alla nuova edizione si sono aperte il 16 settembre e l'iniziativa avrà una durata di un intero anno , con l'obiettivo di favorire non soltanto l'adozione, ma anche il consolidamento nel tempo di nuove abitudini di mobilità. La gamification La nuova edizione conferma il ricorso alla gamification come strumento per favorire partecipazione e continuità. Attraverso missioni e classifiche, i partecipanti saranno incentivati a mantenere nel tempo comportamenti di mobilità con minor impatto ambientale rispetto all'uso dell'automobile. Per rendere la competizione il più possibile equilibrata e permettere la partecipazione anche a chi vive più lontano dal luogo di lavoro, i partecipanti saranno suddivisi in tre categorie sulla base della distanza casa-lavoro (breve-media-lunga) . La terza edizione dell'iniziativa introduce un modello di gamification progressiva , con missioni e obiettivi calibrati sulle distanze di percorrenza e riconoscimenti personalizzati, così da garantire equità a tutti i partecipanti, indipendentemente dalla distanza percorsa. Al termine dell'iniziativa i primi cinque classificati di ciascuna categoria saranno premiati con una Happy Card Despar. Il contributo di Wecity A supportare il progetto è la tecnologia sviluppata da Wecity , che permette di riconoscere automaticamente il mezzo di trasporto utilizzato, misurare i chilometri percorsi e quantificare la CO2 risparmiata attraverso un algoritmo proprietario certificato Iso 14064-2. Attraverso l'app Wecity, i partecipanti potranno registrare le modalità di spostamento alternative all'automobile, monitorare in tempo reale i propri traguardi e seguire l'andamento della classifica, basata proprio sulle emissioni risparmiate. I commenti "La sostenibilità passa prima di tutto dalle scelte che compiamo ogni giorno e dalla capacità di trasformarle, nel tempo, in vere e proprie abitudini", ha commentato Angelo Pigatto, direttore risorse umane e sostenibilità di Despar Nord . "I risultati raggiunti nelle prime due edizioni ci hanno dimostrato quanto il coinvolgimento diretto delle nostre colleghe e dei nostri colleghi possa generare un impatto concreto. Per questo abbiamo scelto di dare continuità al progetto 'Viaggia Sostenibile e Vinci', ampliandone la durata e continuando a investire in strumenti

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

capaci di rendere i comportamenti virtuosi semplici, misurabili e gratificanti. Promuovere una mobilità casa-lavoro più sostenibile significa contribuire alla riduzione delle emissioni, ma anche favorire il benessere delle nostre persone e una migliore qualità della vita nei territori in cui siamo presenti". "Le persone cambiano abitudini quando possono vedere concretamente l'effetto delle proprie scelte. La tecnologia consente proprio questo: trasformare ogni viaggio in un risultato misurabile e ogni risultato in una motivazione per continuare", ha aggiunto Paolo Ferri, ceo e fondatore di Wecity . "Gli incentivi rappresentano un importante punto di partenza, ma il vero obiettivo è creare una nuova normalità, nella quale scegliere la bici, andare a piedi o utilizzare il trasporto pubblico diventi un comportamento spontaneo Siamo orgogliosi di accompagnare Despar Nord anche in questa nuova edizione, a dimostrazione di come programmi continuativi generino un impatto molto più duraturo rispetto alle iniziative occasionali".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Esselunga amplia la superficie di vendita del superstore di Treviglio (Bg) fino 3.000 mq


Distribuzione Moderna

Esselunga amplia la superficie di vendita del superstore di Treviglio (Bg) fino 3.000 mq

09/25/2026 17:02

Esselunga amplia la superficie di vendita del superstore di Treviglio (Bg) fino 3.000 mq Esselunga ha ampliato la superficie di vendita del superstore di Treviglio (Bg) in Via Caravaggio, estendendola fino a circa 3.000 mq , senza alcuna modifica nella struttura dell'edificio che sorge sull'area dell'ex hotel La Lepre. A quasi due anni di distanza dall'apertura, avvenuta il 5 dicembre del 2024 , l'Esselunga di Treviglio aumenta la propria offerta proponendo un maggiore assortimento attraverso nuovi spazi messi a disposizione dei clienti. In aderenza al Piano di Governo del Territorio e nel pieno rispetto dei principi di rigenerazione urbana e valorizzazione del patrimonio esistente, l'ampliamento non ha comportato aumento volumetrico e quindi nessun consumo di suolo. In questa occasione per i clienti è stata prevista una speciale promozione attiva fino al 7 ottobre: un extra sconto del 10% direttamente in cassa per ogni spesa che superi la soglia dei 70 euro. In poco tempo il negozio di Treviglio, all'interno del quale lavorano 104 persone, è diventato un punto di riferimento stabile e apprezzato per molti clienti, grazie anche all'ampio parcheggio interrato con 430 posti , in aggiunta al quale sono stati realizzati 39 nuovi posti auto esterni a raso. L'assortimento L'offerta ai clienti, grazie alla revisione del layout e all'incremento dell'assortimento , è oggi di circa 19.000 prodotti con grande attenzione alla convenienza e le esclusive linee a marchio privato per soddisfare ogni esigenza di spesa. Esselunga propone i reparti di frutta e verdura sfusa e confezionata e i reparti assistiti di pesce, carne, gastronomia, panetteria ed Elisenda , la linea di alta pasticceria realizzata in collaborazione con i fratelli Cerea del ristorante stellato Da Vittorio. Completa l'offerta una ricca enoteca con un'area dedicata , pensata per valorizzare un ampio assortimento di vini italiani e internazionali e offrire ai clienti un'esperienza d'acquisto qualificata e distintiva. Il canale online Attivo, inoltre, l'e-commerce disponibile attraverso l'app e il sito web e, per chi preferisce ordinare la spesa online ma ritirarla in negozio già in giornata nella fascia oraria prenotata e senza costi aggiuntivi, è presente un locker A Bergamo e provincia sono 7 i negozi Esselunga aperti: tre nel capoluogo e i superstore di Curno, Stezzano, Nembro e Treviglio.

Esselunga amplia la superficie di vendita del superstore di Treviglio (Bg) fino 3.000 mq Esselunga ha ampliato la superficie di vendita del superstore di Treviglio (Bg) in Via Caravaggio, estendendola fino a circa 3.000 mq , senza alcuna modifica nella struttura dell'edificio che sorge sull'area dell'ex hotel La Lepre. A quasi due anni di distanza dall'apertura, avvenuta il 5 dicembre del 2024 , l'Esselunga di Treviglio aumenta la propria offerta proponendo un maggiore assortimento attraverso nuovi spazi messi a disposizione dei clienti. In aderenza al Piano di Governo del Territorio e nel pieno rispetto dei principi di rigenerazione urbana e valorizzazione del patrimonio esistente, l'ampliamento non ha comportato aumento volumetrico e quindi nessun consumo di suolo. In questa occasione per i clienti è stata prevista una speciale promozione attiva fino al 7 ottobre: un extra sconto del 10% direttamente in cassa per ogni spesa che superi la soglia dei 70 euro. In poco tempo il negozio di Treviglio, all'interno del quale lavorano 104 persone, è diventato un punto di riferimento stabile e apprezzato per molti clienti, grazie anche all'ampio parcheggio interrato con 430 posti , in aggiunta al quale sono stati realizzati 39 nuovi posti auto esterni a raso. L'assortimento L'offerta ai clienti, grazie alla revisione del layout e all'incremento dell'assortimento , è oggi di circa 19.000 prodotti con grande attenzione alla convenienza e le esclusive linee a marchio privato per soddisfare ogni esigenza di spesa. Esselunga propone i reparti di frutta e verdura sfusa e confezionata e i reparti assistiti di pesce, carne, gastronomia, panetteria ed Elisenda , la linea di alta pasticceria realizzata in collaborazione con i fratelli Cerea del ristorante stellato Da Vittorio. Completa l'offerta una ricca enoteca con un'area dedicata , pensata per valorizzare un ampio assortimento di vini italiani e internazionali e offrire ai clienti un'esperienza d'acquisto qualificata e distintiva. Il canale online Attivo, inoltre, l'e-commerce disponibile attraverso l'app e il sito web e, per chi preferisce ordinare la spesa online ma ritirarla in negozio già in giornata nella fascia oraria prenotata e senza costi aggiuntivi, è presente un locker A Bergamo e provincia sono 7 i negozi Esselunga aperti: tre nel capoluogo e i superstore di Curno, Stezzano, Nembro e Treviglio.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

In's Mercato continua a crescere inaugurando due nuovi store nelle province di Milano e Asti


Distribuzione Moderna

In's Mercato continua a crescere inaugurando due nuovi store nelle province di Milano e Asti

09/25/2026 17:33

Prosegue il percorso di crescita di In's Mercato , che ieri ha inaugurato due nuovi punti vendita a Cisliano , in provincia di Milano, e Castell'Alfero , in provincia di Asti. Le nuove aperture portano la rete complessiva dell'insegna a oltre 580 negozi , confermando la volontà di In's di rafforzare la propria presenza sul territorio attraverso una rete capillare e sempre più estesa. I due supermercati si sviluppano entrambi su una superficie di vendita di 900 mq e sono inseriti in contesti urbani commerciali. Le strutture sono state progettate per garantire funzionalità, efficienza e comfort, con soluzioni pensate per rendere più semplice e agevole l'esperienza di acquisto. Il nuovo In's di Cisliano (Mi), in Via Cavalier Angelo Refaldi, dispone di parcheggio privato illuminazione a Led e banchi frigo di ultima generazione. Per gli impianti di condizionamento è inoltre previsto l'impiego di energia rinnovabile A Castell'Alfero , storico comune dell'astigiano, in Strada Statale 27 L, il punto vendita presenta illuminazione a Led e banchi frigo dotati di chiusura, oltre a un parcheggio privato a disposizione della clientela, che facilita l'accesso al negozio. In linea con il format all'avanguardia che contraddistingue le più recenti aperture dell'insegna, il cuore dell'offerta è rappresentato dal comparto freschi : l' ortofrutta conta quotidianamente oltre 90 referenze , comprensive di proposte bio. Ricca anche la selezione della pescheria , declinata tra fresco, surgelato e conservato, a cui si affianca la macelleria con più di 70 articoli da filiere controllate. Arricchiscono infine la proposta i reparti panetteria, gastronomia, latteria e salumi & formaggi, pensati per soddisfare la spesa di tutti i giorni garantendo sempre un ottimo rapporto qualità-prezzo. Con le due nuove aperture, In's prosegue il percorso di sviluppo della propria rete, investendo in punti vendita moderni, funzionali e attenti all'efficienza energetica, pensati per rispondere alle esigenze della spesa quotidiana.

Prosegue il percorso di crescita di In's Mercato , che ieri ha inaugurato due nuovi punti vendita a Cisliano , in provincia di Milano, e Castell'Alfero , in provincia di Asti. Le nuove aperture portano la rete complessiva dell'insegna a oltre 580 negozi , confermando la volontà di In's di rafforzare la propria presenza sul territorio attraverso una rete capillare e sempre più estesa. I due supermercati si sviluppano entrambi su una superficie di vendita di 900 mq e sono inseriti in contesti urbani commerciali. Le strutture sono state progettate per garantire funzionalità, efficienza e comfort, con soluzioni pensate per rendere più semplice e agevole l'esperienza di acquisto. Il nuovo In's di Cisliano (Mi), in Via Cavalier Angelo Refaldi, dispone di parcheggio privato illuminazione a Led e banchi frigo di ultima generazione. Per gli impianti di condizionamento è inoltre previsto l'impiego di energia rinnovabile A Castell'Alfero , storico comune dell'astigiano, in Strada Statale 27 L, il punto vendita presenta illuminazione a Led e banchi frigo dotati di chiusura, oltre a un parcheggio privato a disposizione della clientela, che facilita l'accesso al negozio. In linea con il format all'avanguardia che contraddistingue le più recenti aperture dell'insegna, il cuore dell'offerta è rappresentato dal comparto freschi : l' ortofrutta conta quotidianamente oltre 90 referenze , comprensive di proposte bio. Ricca anche la selezione della pescheria , declinata tra fresco, surgelato e conservato, a cui si affianca la macelleria con più di 70 articoli da filiere controllate. Arricchiscono infine la proposta i reparti panetteria, gastronomia, latteria e salumi & formaggi, pensati per soddisfare la spesa di tutti i giorni garantendo sempre un ottimo rapporto qualità-prezzo. Con le due nuove aperture, In's prosegue il percorso di sviluppo della propria rete, investendo in punti vendita moderni, funzionali e attenti all'efficienza energetica, pensati per rispondere alle esigenze della spesa quotidiana.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Cittadino

Concorrenza GDO

SOMAGLIA

Doppìa protesta alle logistiche: picchetti Si Cobas per Lidl e Ups

Alla Ups Healtcare il caso di un mancato rinnovo di appalto che non sarebbe stato comunicato né discusso con i sindacati

ANDREA BAGATTA


BASSOLODIGIANO

SOMAGLIA «Condizioni vessatorie» e «Lasciati fuori senza motivo» Incontro in Prefettura

TERRANOVA

Concesso lo scuolabus per l'asilo a Bertonico

Doppia protesta alle logistiche: picchetti Si Cobas per Lidl e Ups

Ospiti del Sabato

sabato 26 Settembre ore 17

L'Uomo più Veloce del Mondo

Francesco Agello e il record leggendario del 1934

A cura di Francesco Dionigi

ALI SULL'ACQUA

Polveriera logistica nella stecca di depositi dell'ex Seliport tra Somaglia e Casale, lungo la strada provinciale 234 Mantovana. Giovedì i lavoratori in sciopero e i sindacalisti Si Cobas hanno rallentato i camion all'ingresso del magazzino Lidl contestando le condizioni di lavoro «vessatorie» a loro dire, mentre nei capannoni Ups da lunedì- senza alcuna motivazione comunicata formalmente - è vietato l'ingresso al lavoro a 50 dipendenti della cooperativa di lavoro Skill perché nel cambio d'appalto è previsto che siano lasciati a casa. Si Cobas è durissimo nei confronti di Lidl: «I lavoratori denunciano episodi e comportamenti che descrivono come umilianti, vessatori e incompatibili con il rispetto della dignità di chi lavora. Un magazzino non può diventare un luogo nel quale il lavoratore viene considerato solo come un numero o uno strumento per aumentare la produttività».

Nella giornata di giovedì lavoratori in sciopero e sindacalisti del coordinamento Si Cobas Pavia hanno bloccato i camion in ingresso, fino alla convocazione della Prefettura di Lodi per un tentativo di raffreddamento che si è tenuto ieri. L'esito dell'incontro non è stato comunicato, mala situazione non sembra essere stata risolta, anche se pure il sindacato si è preso il fine settimana per valutare il da farsi. La contestazione riguarda soprattutto la gestione dei turni e l'organizzazione del lavoro. Al magazzino Lidl di Somaglia lavorano più di 200 persone.

Poche decine di metri più in là la situazione non è migliore in Ups Healtcare. «C'è stato un cambio d'appalto, che non è stato firmato nemmeno dai sindacati confederali, e con questa manovra Ups vuole liberarsi di 50 persone - spiegano dal Si Cobas Piacenza, che segue la trattativa -. Così da qualche giorno i lavoratori si presentano regolarmente ai cancelli per prendere servizio a inizio turno, ma Ups vieta loro di entrare, una condotta illegittima intanto perché i lavoratori sono dipendenti della cooperativa Skill e poi perché non c'è alcuna comunicazione formale in merito al motivo per cui viene vietato loro di entrare.

Ci sono 50 famiglie che vivono momenti d'ansia perché non sanno quale sarà il loro futuro». Si Cobas ha già scritto alla Procura di Milano, alla Prefettura di Lodi e all'Ispettorato del Lavoro perché intervengano costringendo Ups ad accettare al lavoro i 50 facchini di Skill finora esclusi. Nonostante diverse comunicazioni, fino a ieri nulla è cambiato anche se si confida di ottenere una schiarita in un incontro previsto per lunedì, anche alla presenza della società cui Ups intende affidare la fornitura di manodopera. Queste due improvvise scintille hanno riacceso l'attenzione sulla logistica, settore nel quale, nel Lodigiano, da tempo non si registravano tensioni sindacali di rilievo. Se si tratti di fuochi fatui o di piccoli

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

incendi pronti a divampare lo si capirà nei prossimi giorni. ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

Gazzetta di Modena

Concorrenza GDO

«Queste non sono bravate Tutele per cassieri e addetti» I sindacati Cgil, Cisl e Uil: «La loro sicurezza diventi una priorità»

Gli studenti sugli assalti ai negozi «Lo fanno per cercare attenzione»

I coetanei: «In branco si sentono invincibili, lo fanno per i social...»

MANUEL MARINELLI


Modena
Fame di like
Gli studenti sugli assalti ai negozi «Lo fanno per cercare attenzione»
ASTA


«Queste non sono bravate Tutele per cassieri e addetti»

«Se lì in mezzo ci fossi stato anche io, i miei genitori mi terrebbero in punizione per chissà quanto», «lo fanno solo perché sono in branco», «l'unica soluzione è la remigrazione». Sono le voci degli studenti in autostazione a Modena all'indomani di un inizio di scuola bollente, tra i due assalti ai supermercati (Md e Conad) e le risse tra le corsie dei bus. La paura di ritrovarsi in mezzo non manca. La matrice comune tra questi episodi è una: sentirsi al centro dell'attenzione, mostrarsi forti e riprendere tutto col cellulare, postandolo sui social, sperando che i giornali e le tv rilancino tutto: obiettivo raggiunto.

«Provate a mettervi nei panni di chi lavora al supermercato: ma come si può pensare che un gruppo di ragazzi, così per fare i prepotenti, venga a minacciarti e provocarti mentre fai il tuo lavoro, per di più obbligandoti pure a pulire lo schifo che hanno combinato - commentano le studentesse Ludovica, Antonia, Emma e Alessia mentre aspettano il bus - La forza del branco li rende "invincibili", pensano di essere intoccabili. Anche perché sono minorenni e quindi più tutelati. Ma non si rendono conto che sono ridicoli...».

Non molto lontano ci sono Matteo e Alessio, due studenti dell'Its Maker, corso post diploma che trova posto nelle aule del Corni. «Siamo ridotti male - raccontano - non mi sarei mai sognato a 14/15 anni di fare una cosa del genere. E se lo avessi fatto, i miei genitori non me la avrebbero di certo fatta passare liscia. Ed è questo che secondo me manca: quei ragazzi a casa non hanno nessuno che chiede conto di cosa hanno fatto, che li rimprovera. Sono soli e si sentono liberi di fare quello che vogliono. Quando mi escono quei video su TikTok cosa proviamo? Rabbia. Perché pensiamo a quanto non abbia senso fare una cosa del genere e vantarsene pure. Mia madre - aggiunge Alessio - lavora in un supermercato, e pensare che potesse esserci lei a vivere quella situazione mi fa arrabbiare ancora di più», concludono.

Ieri l'uscita da scuola è filata liscia, nessuna rissa o episodio particolare, complice la presenza massiccia delle forze dell'ordine, dalla polizia alla Guardia di finanza.

Ma le scene di qualche giorno fa nessuno le ha dimenticate.

«Eravamo esattamente in questo punto, aspettavamo il bus e abbiamo visto un gruppo di ragazzi diventare sempre più numeroso - raccontano Ludovica e Bianca -. Urla, fischi. Poi lì in mezzo due ragazzi hanno cominciato a picchiarsi, venendo verso di noi. Siamo scappate il più lontano possibile per non finirci in mezzo. Abbiamo paura. Quando usciamo da scuola queste cose capitano, è diventata la normalità. A Modena vedere scene come quelle del supermercato è diventato normale». Ma c'è chi ha idee più radicali:

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Modena

Concorrenza GDO

«Servirebbe la remigrazione», dice un ragazzo insieme agli amici: tra di loro ci sono anche ragazzi figli di immigrati. «Non mi interessa la nazionalità, anche perché ci sono anche alcuni italiani, io credo che servano misure decise». Ad aggiustare il tono ci pensa un amico: «Più che altro parlerei di rieducazione, è evidente che c'è un problema e che serve rieducare chi fa queste cose, per fargli capire che non sono forti a fare quelle cose. Io posso anche capire che il branco a volte possa tirarti dentro, ma alla fine tu devi ragionare con la tua testa. E se non ti tiri indietro sei complice anche tu che ci stai in mezzo». Da dove viene la fame di like, perché questi ragazzi hanno bisogno di sentirsi in qualche modo importanti? Queste le domande a cui le risposte, almeno nei fatti concreti, non sono arrivate. Ma è inevitabile che il futuro dell'educazione e dell'integrazione passerà proprio da qui. © RIPRODUZIONE RISERVATA Dietro una cassa, tra gli scaffali o nel magazzino, mentre fuori il supermercato continua la sua giornata, ci sono persone che stanno semplicemente lavorando. Ed è da qui che Cgil, Cisl e Uil, insieme ai sindacati del commercio Filcams Cgil, Fisascat Cisl Emilia e Uiltucs Uil, partono per esprimere solidarietà alle lavoratrici e ai lavoratori coinvolti nei gravi episodi avvenuti

negli ultimi giorni a Modena. L'irruzione di un gruppo numeroso di giovani all'interno del supermercato MD di via Rainusso, con il saccheggio degli scaffali, le urla, le provocazioni e i video realizzati durante il raid, e il successivo episodio al Conad Leonardo, secondo i sindacati non possono essere derubricati a semplici bravate. «Chi lavora ha il diritto di farlo senza essere esposto a minacce, intimidazioni o aggressioni, un diritto che non può dipendere dalla capacità individuale di gestire situazioni di pericolo - si legge nella nota condivisa dai sindacati - Gli episodi riportano così al centro una questione che le organizzazioni sindacali denunciano da tempo: la sicurezza nei luoghi di lavoro non riguarda soltanto infortuni, incidenti o rischi legati alle mansioni, ma anche il diritto di lavorare senza essere aggrediti o intimiditi. Nel commercio il problema assume una particolare rilevanza: migliaia di lavoratrici e lavoratori hanno ogni giorno un rapporto diretto con il pubblico e rappresentano spesso il primo, e talvolta l'unico, punto di contatto tra azienda e clientela. Cassiere, addetti alla vendita, responsabili di reparto e direttori non possono essere lasciati soli a gestire situazioni di conflitto o di pericolo» «Non è accettabile, sottolineano i sindacati, che chi lavora in un supermercato debba scegliere se intervenire, esporsi o assistere impotente, assumendosi personalmente il rischio di una possibile aggressione. La sicurezza non può essere affi

data al coraggio individuale». Per questo le aziende, secondo Cgil, Cisl e Uil, devono aprire un confronto con i rappresentanti delle lavoratrici e dei lavoratori per verificare concretamente le condizioni di sicurezza dei punti vendita, le procedure previste in caso di aggressione e le misure di prevenzione adottate. «Il personale deve essere informato, formato e messo nelle condizioni di affrontare eventuali situazioni di rischio, senza responsabilità che possano ricadere sulle singole persone. Ma il tema, per i sindacati, non riguarda soltanto le aziende. Servono iniziative concrete da parte delle istituzioni, a partire da quelle locali, e un coordinamento efficace tra organizzazioni sindacali, imprese, forze

dell'ordine e soggetti del territorio. La prevenzione deve essere costruita prima che si verifichino fatti gravi, attraverso strumenti adeguati, procedure chiare e un confronto costante sulle condizioni di sicurezza. Non si può intervenire soltanto dopo che un'aggressione si è verificata». I sindacati chiedono inoltre alla politica, a livello locale e nazionale, di affrontare con serietà il tema della sicurezza nei luoghi di lavoro e quello più ampio della violenza e del disagio giovanile, che possono sfogarsi sui presidi meno protetti, magari in quartieri complessi o ad alta densità di problematiche giovanili. «Non servono soltanto l'indignazione del momento o la solidarietà quando la notizia diventa pubblica: servono scelte capaci di intervenire sulle condizioni che rendono possibile la violenza, sulle situazioni di disagio e sui fenomeni di devianza giovanile, senza alimentare odio, generalizzazioni o contrapposizioni sociali. È necessario perseguire le responsabilità individuali, ma la sicurezza non può essere intesa esclusivamente come controllo e repressione. Deve comprendere la tutela delle persone, la prevenzione dei rischi, la capacità di intervenire tempestivamente e la costruzione di contesti nei quali il rispetto degli altri e delle regole sia riconosciuto come un valore condiviso. In questo percorso, scuola, famiglie, istituzioni e comunità educante devono poter svolgere un ruolo più forte, costruendo una rete capace di intercettare il disagio, promuovere relazioni positive e contrastare i comportamenti violenti prima che si trasformino in aggressioni o intimidazioni. Da qui la richiesta di aprire un tavolo di confronto che coinvolga aziende, istituzioni, organizzazioni sindacali e, per gli aspetti di competenza, i soggetti educativi e sociali del territorio. Un confronto nel quale la sicurezza venga affrontata non solo in termini di controllo e repressione, ma come prevenzione, gestione dei rischi e tutela concreta delle persone nei luoghi di lavoro. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Giorno (ed. Lodi-Crema-Pavia)

Concorrenza GDO

Somaglia, la società rifiuta un tavolo locale

Protesta a oltranza alla logistica della Lidl «Più diritti e sicurezza»



LODI - CREMA
Cremona, Romanengo, Somaglia

Bauli taglia 16 lavoratori
«L'azienda riveda la scelta e apra un confronto»

Protesta a oltranza alla logistica della Lidl «Più diritti e sicurezza»

Droga nel centro di accoglienza, arrestato

Teatro di risse e mal frequentato Sigilli per dieci giorni a un locale

SOMAGLIA Tensione alle stelle all'esterno del polo logistico Lidl di Somaglia, dove fino a ieri era in corso ad oltranza la protesta dei lavoratori supportati dal sindacato Si Cobas Pavia. La mobilitazione, scattata con un prolungato presidio ai cancelli, dalle 6 alle 19.30 di giovedì, è ripresa con vigore a seguito della fumata nera arrivata dal tavolo istituzionale. L'incontro convocato in Prefettura non ha infatti portato agli esiti sperati: la dirigenza dell'azienda si è rifiutata di aprire una trattativa su scala locale, dichiarandosi disponibile al confronto unicamente a livello nazionale. Così le maestranze hanno ripreso immediatamente il blocco dei cancelli del magazzino. A segnare la giornata di ieri è stata inoltre un'azione dimostrativa: i manifestanti si sono introdotti nel supermercato mimetizzandosi tra i clienti con i carrelli della spesa, per poi mostrare le bandiere sindacali ed intonare slogan di protesta. Al centro della vertenza, come ha ribadito ieri il coordinatore provinciale Si Cobas di Pavia Ani Ait-Ettalb, vi è un articolato pacchetto di rivendicazioni tra cui la garanzia delle norme di sicurezza, la fine di presunte discriminazioni verso gli iscritti al sindacato, il riconoscimento dei ticket mensa, la retribuzione delle pause e la conversione dei contratti di lavoro da part-time a full-time. M.B.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno (ed. Grosseto)

Concorrenza GDO

La gioia della merenda sotto l'argine con prodotti Conad e tortelli griffati

Non solo scienza, non solo parole e non solo visioni: la lunga domenica con l'Ombrone vuole avere anche il gusto della "festa di comunità". Ecco allora il succoso pranzo-buffet predisposto nel piazzale della centrale di San Martino e offerto a tutti i presenti da Conad Clodia Commerciale, con i suoi prodotti di qualità, preparati e serviti dai professionisti del Barracuda Caffè e con una "chicca" specialissima: i tortelli maremmani - altro patrimonio del territorio tutto da valorizzare - griffati Pastai di Maremma, cotti in diretta dal "maestro" Roberto Delli e conditi con delizioso olio del territorio.


GROSSETO

TUTTI SULLE RIVE

GROSSETO E L'OMBRONE

Una domenica per l'Ombrone bene comune che reclama cura

Scienza, tecnica, narrazioni, visioni: sessant'anni dopo la grande alluvione e al termine di un'estate torrida, una giornata di confronto, emozioni e...sapori

La gioia della merenda sotto l'argine con prodotti Conad e tortelli griffati

Canoa e rafting, la Maremma fa scuola Oltre 800 studenti scoprono la natura

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Agroindustria

Alimentare: in dieci anni cresciuti valore aggiunto e addetti, boom dell'export

Federalimentare: dal 2016 il settore è stato motore di sviluppo per il Paese

Giorgio dell'Orefice


Alimentare: in dieci anni cresciuti valore aggiunto e addetti, boom dell'export

Più valore aggiunto, più occupazione, più export. Quello che volge al termine è stato un decennio di grandi performance per l'industria alimentare italiana che si consolida così tra i pilastri della manifattura nazionale. Nel 2025 il valore aggiunto generato dal settore ha raggiunto i 41,5 miliardi di euro rispetto ai 26,9 miliardi del 2016, con una crescita del +53,9% a prezzi correnti. Risultato che è stato solo in parte influenzato dalla dinamica dei prezzi visto che nello stesso periodo il valore aggiunto a valori concetenati e quindi in termini reali del food & wine italiano è aumentato del 22 per cento.

«Nello stesso arco temporale - commentano da Federalimentare - il valore aggiunto nominale dell'intera manifattura italiana è cresciuto del 35,3%. Il peso dell'alimentare sul valore aggiunto manifatturiero è così passato dal 10,8% al 12,3%». Ma di grande rilievo sono anche le performance messe a segno sotto il profilo occupazionale: tra il 2016 e il 2025 i dipendenti del settore sono passati da circa 385mila a 470mila, con una crescita superiore al 22%. Sensibilmente più forte del +4% fatto registrare dalla manifattura nel suo complesso.

A questi numeri va infine aggiunto anche il dato sull'export: le vendite all'estero di prodotti alimentari italiani tra il 2016 e il 2025 sono passate da un fatturato di 38,2 miliardi a oltre 72 miliardi con una crescita di poco meno dell'89 per cento».

«Oggi l'industria alimentare - ha commentato il presidente di Federalimentare, Paolo Mascarino - genera oltre un euro ogni otto di valore aggiunto della manifattura italiana e impiega quasi un lavoratore su cinque. Sono numeri che dimostrano come l'industria alimentare rappresenti sempre più un grande interesse nazionale. La crescita del settore non è stata soltanto nominale: in meno di dieci anni abbiamo aumentato il valore aggiunto reale di oltre il 22% e, nello stesso tempo, abbiamo fatto crescere l'occupazione di oltre il 22 per cento. Questo significa che l'industria alimentare ha saputo tramutare la crescita economica in fatturato ma anche in lavoro».

Secondo Federalimentare, questi risultati confermano la necessità di inserire l'industria alimentare tra i settori centrali per una agenda nazionale per la crescita, insieme agli altri grandi comparti della manifattura.

«L'Italia - prosegue Mascarino - dispone di un patrimonio industriale straordinariamente diversificato. Meccanica, automotive, farmaceutica, chimica, moda, alimentare costituiscono insieme la forza del nostro sistema produttivo. Il food vuole fare la propria parte, contribuendo alla crescita dell'intero Paese». «Abbiamo - ha concluso Mascarino - imprese radicate nei territori, filiere diffuse lungo tutta la Penisola, marchi conosciuti nel mondo e una capacità unica di unire industria, agricoltura, innovazione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e cultura alimentare. Per questo sostenere la competitività dell'industria alimentare significa sostenere occupazione, export, territori e crescita nazionale. Dobbiamo rafforzare questa crescita con più investimenti, innovazione, produttività e presenza sui mercati internazionali. Solo così l'alimentare potrà continuare ad essere uno dei motori dell'agenda di crescita italiana». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Nel carrello.

Consumi alimentari, le famiglie di immigrati spendono di più

Nel carrello. Pur con scelte orientate al risparmio (discount e private label), secondo un'analisi di YouGov l'esborso supera del 2% la media nazionale, soprattutto a causa di nuclei più numerosi e con più giovani

Manuela Soressi


Consumi alimentari, le famiglie di immigrati spendono di più

Comprano più bevande (soprattutto energy drink, liquori e birre), cibi per l'infanzia, würstel e prodotti per animali rispetto alla media nazionale. Preferiscono le private label ai grandi brand, tranne quando si tratta di alimenti per i figli.

Frequentano soprattutto discount, mercati rionali, negozi etnici e pet store. Vanno a fare la spesa con minor frequenza, soprattutto la domenica, e - anche se con prodotti meno costosi - riempiono di più i carrelli spendendo il 2% in più all'anno rispetto alla media italiana.

Sono gli 1,8 milioni di famiglie straniere residenti in Italia, che rappresentano il 9,2% della popolazione nazionale. A fotografarne i comportamenti d'acquisto è una ricerca condotta da YouGov su 18mila famiglie straniere e che Il Sole 24 Ore presenta in anteprima. I cittadini stranieri integrati nella società italiana sono 5,4 milioni e provengono per il 45% da paesi europei (soprattutto Romania e Albania), per oltre un 23% ciascuno da Asia e Africa, e per un 8% dalle Americhe. Sono concentrati per l'80% nel Centro-Nord e lavorano soprattutto come operai, ma c'è anche una discreta presenza di piccoli imprenditori e commercianti.

Le loro famiglie sono più numerose e più giovani rispetto alla media nazionale e questo si riflette sulla spesa domestica, che - secondo il paniere rilevato da YouGov - ammonta a circa 4.600 euro l'anno, ossia il 2% in più rispetto alla media.

Sconti e meno prodotti freschi Gli stranieri vanno meno spesso nei negozi (200 volte l'anno), spendono in media 23 euro e nel loro carrello mettono l'11% di confezioni in più rispetto alla media. I freschissimi a peso variabile assorbono il 25% della spesa (contro il 37% del dato nazionale), la drogheria è in linea (24%), mentre sono decisamente sopra media petcare (+15%), bevande (+14%) e ortofrutta a private label (+13%).

«L'orientamento principale alla spesa è quello alla convenienza, che si riflette nella selezione dei punti vendita, nella scelta di prodotti a minor costo e nella preferenza per quelli in promozione, che rappresentano quasi il 30% della spesa», spiega Paola Bonassoli, multinational clients cluster lead di YouGov Shopper. Per trovare il miglior rapporto qualità/prezzo il 73% tiene d'occhio le offerte e il 69% confronta i prezzi prima di decidere cosa comprare. Inoltre la spesa è distribuita su più punti vendita (9,5 insegne l'anno), preferendo i discount e i drugstore (frequentati rispettivamente il 23 e il 12% in più rispetto alla media nazionale) e ricorrendo molto spesso a mercati rionali e negozi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

etnici.

I brand conquistano i figli Le famiglie straniere hanno un deciso orientamento verso le private label (+4% di penetrazione rispetto alla media), soprattutto nel discount, (+20%), mentre sono più tiepide verso i big brand, che sono meno prescelti rispetto alla media italiana (-2%) e a cui solo il 21% attribuisce più fiducia rispetto ai marchi meno conosciuti.

Ma con alcune eccezioni.

Dove i brand fanno la differenza è nel mondo dei prodotti per bambini e ragazzi. Anche se la famiglia è poco propensa all'acquisto di prodotti di marca cambia completamente atteggiamento quando si tratta di acquistare alimenti destinati ai figli che per cui si sente l'esigenza di assicurare gli stessi prodotti consumati dai loro coetanei. Come quelli firmati Kinder, presenti in 72,3 famiglie straniere su 100 (ossia cinque punti in più rispetto all'incidenza media) o Kellogg's (+20%). Il maggior consumo di bevande spiega la grande diffusione di San Benedetto e Coca Cola, con una penetrazione maggiore del 10% e del 2% rispetto alla media. Mentre il perpetrarsi di abitudini acquisite nei paesi d'origine motiva la performance di alcuni brand, come Pepsi.

La variabile tempo libero La preferenza a trascorrere il tempo libero in famiglia e con amici, soprattutto festeggiando all'aperto e facendo grigliate, porta ad acquisti sopra media di würstel, salse e spalmabili vegetali e patatine. E fa aumentare la penetrazione di brand come Aia, presente nel 59% delle famiglie straniere, ossia 20 punti percentuali sopra media, come Calvè e Wudy.

Se nei giorni di festa gli stranieri preferiscono i cibi della loro tradizione, nella vita quotidiana tendono ad assimilare alcune consuetudini della cucina italiana, ad esempio comprando pasta e sughi (un brand come Barilla ha un indice di penetrazione allineato alla media nazionale), ma mantenendo alcune abitudini dei loro paesi d'origine, come mostrano gli acquisti sopra media di specialità etniche, frutta esotica, aglio e cipolle.

L'importanza dei valori nutritivi Nella scelta dei prodotti di uso quotidiano gli shopper stranieri mostrano un basso interesse per la sostenibilità, un'accentuata sensibilità alla "naturalità", che li porta a preferire prodotti privi di Ogm, senza additivi o senza dolcificanti, tutti presenti in modo più importante rispetto al carrello standard italiano. Ma a emergere dalla ricerca di YouGov e è soprattutto l'attenzione alla salute, che induce a preferire soprattutto alimenti ad alto contenuto di proteine, che hanno un'incidenza maggiore del 47% rispetto alla media. Ma anche prodotti ricchi di fibre, privi o a ridotto tenore di zuccheri oppure senza lattosio. Scelte che si ricollegano all'elevata incidenza di alcune patologie, come diabete (58% più della media nazionale), allergie alimentari (17%) e intolleranze al lattosio (9%). «Le cause possono essere ricondotte alla "transizione nutrizionale", ossia al passaggio a un'alimentazione più ricca rispetto a quella del paese d'origine - spiega Bonassoli - A incidere sono anche gli stili di vita, come la ridotta attività fisica, e alcune variabili socio-economiche come la condizione abitativa o i lavori svantaggiati». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

IMPORT RECORD

Dallo yogurt alla feta, il successo dei prodotti greci in Italia e nel mondo

Ma.So



Quanto piace la Grecia agli italiani (e non solo). Non solo come meta turistica ma anche a tavola. Tra yogurt, feta, olive, moussaka, gyros, olio e kiwi, i prodotti alimentari ellenici stanno registrando un crescente successo sia nella distribuzione moderna che nella ristorazione. Se al supermercato si fanno strada yogurt, Feta, olive Kalamata, baklava, tzatziki e dessert di stile greco, fuoricasa si sviluppano le prime catene di taverne greche, come Milos, che punta a superare i 12 locali diretti entro il 2026, per poi aprire anche al franchising. Il capofila di questa tendenza è lo yogurt greco: nell'ultimo anno le vendite in Gdo sono salite del 30% a volume e del 26% a valore, raggiungendo i 413 milioni di euro, stima Circana. È arrivato dalla Grecia il 42,5% delle 205mila tonnellate di yogurt importate nel 2025 in Italia (+11% annuo, stima Assolatte). In meno di un decennio il greco ha conquistato quasi un quarto del mercato italiano dello yogurt, nonché il carrello della spesa del 58% delle famiglie, che lo acquistano in media 27 volte l'anno (fonte YouGov). Passa dai fornelli anche la crescita della Feta, tutelata dalla Dop da oltre 20 anni. Gli italiani non la usano più solo in insalate e piatti freddi ma anche cucinata e la preferiscono in formati pratici (come i cubetti) o in versione senza lattosio. Così se prima si comprava solo d'estate, oggi il 42% degli acquisti avviene nelle altre tre stagioni, facendone il formaggio a maggior crescita in Gdo, per un valore di 120 milioni e 8,3 milioni di kg, a dispetto del prezzo medio superiore allo standard dei formaggi freschi.

Le esportazioni agroalimentari elleniche sono passate in un decennio da 3,3 a 11,5 miliardi (18,6% dell'export totale nazionale), con un aumento del 7,8% nel solo 2025 2025. L'Italia è il primo mercato (20%) davanti alla Germania (sotto al 15%). E se ortofrutta, latticini, olive e olio continuano a fare il grosso delle spedizioni (65% di incidenza), altri prodotti stanno crescendo, come vini, birre, ouzo e prodotti di acquacoltura, su cui il governo sta puntando molto e a cui ha appena destinato 131 milioni di euro a supporto di nuovi allevamenti.

Ma il successo globale del greek food ha un sapore agrodolce per i greci, perché l'esplosione del mercato ha accentuato lo storico squilibrio tra il mercato potenziale globale e la capacità reale di Atene di soddisfarlo. Perlomeno con prodotti autenticamente ellenici. Il caso emblematico è quello del cosiddetto "yogurt alla greca" (greek style), che mutua la tecnica di produzione dello yogurt ellenico e la riproduce ovunque (e soprattutto negli Usa, primo mercato per questo prodotto). E che si è ormai "mangiato" lo yogurt greco poiché rappresenta la fetta maggiore del fiorente mercato globale, che cresce del 9% l'anno e si stima toccherà i 30,2 miliardi di dollari entro il 2031. Anche la Feta sta vivendo una situazione di stress da troppo successo: a fronte a un export cresciuto del 700% in 20 anni, c'è una filiera dalle

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dimensioni limitate (140mila tonnellate di produzione annua) oltretutto ora indebolita dall'epidemia di vaiolo delle pecore e delle capre, che sta riducendo in modo significativo la disponibilità di latte (circa del 10%). Con inevitabili ripercussioni su prezzi ed export, in un mercato mondiale già dominato per oltre due terzi da produzioni non elleniche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

Terra Madre, lanciato il progetto di Università di Pollenzo, Slow Food e Comune: "Vogliamo estenderlo a tutta Italia"

"Portiamo in classe il cibo buono e giusto" A Torino nasce la rete dei cuochi scolastici

Diego Molino


CRONACHE

"Portiamo in classe il cibo buono e giusto" A Torino nasce la rete dei cuochi scolastici

diego molino torino Il cibo "buono, pulito e giusto" arriva a scuola. Il manifesto culturale ideato da Carlin Petrini trova una nuova espressione a Torino: qui nascerà la prima rete dei cuochi della ristorazione scolastica comunale.

Una sorta di laboratorio dove gli chef potranno incontrarsi per scambiarsi conoscenze e buone pratiche, ma anche partecipare a momenti di formazione periodica e aggiornamento. L'obiettivo è valorizzare una figura spesso sottovalutata e poco visibile, che però ha un ruolo centrale nell'educazione alimentare a partire dai più piccoli. A mettere in piedi il progetto, che partirà nei primi mesi del 2027, sono il Comune di Torino, l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e Slow Food Italia.

I cuochi scolastici torinesi che faranno parte del primo nucleo sono circa 350.

L'ambizione è piantare un semino nel capoluogo piemontese per estendere poi l'iniziativa a livello nazionale. Il progetto "Cuochi in rete" è stato annunciato ieri durante un evento nell'ambito di "Terra Madre - Salone del Gusto".

«Vogliamo riconoscere un ruolo a chi lavora nella ristorazione scolastica, questa rete nasce per dare valore a una professionalità specifica che richiede studio e aggiornamento continuo - spiega l'assessora alle Politiche educative della Città di Torino, Carlotta Salerno -. Mettendo insieme i cuochi della ristorazione scolastica si creano occasioni di confronto, ma si generano anche nuove soluzioni o idee».

Ad avere un ruolo fondamentale nel progetto è l'Università di Pollenzo, il cui rettore Nicola Perullo ha ricordato che «la mensa scolastica è lo strumento con cui far capire che la cucina non è solo spettacolo, perché ciò che fanno i cuochi nelle scuole è molto più importante di quello che fanno gli chef stellati in televisione».

Così la mensa scolastica educa al senso di relazione, alla convivialità, alla qualità del cibo che passa attraverso gli ingredienti. Non a caso, uno dei desideri di Carlin Petrini era quello di introdurre l'educazione alimentare come materia di insegnamento obbligatoria nelle scuole primarie.

In prima linea per la nascita della rete dei cuochi è anche Franco Fassio, professore dell'Università di Pollenzo: «Abbiamo portato l'idea alla Città di Torino, che l'ha accolta e l'ha fatta sua - dice -. La prima rete di questo tipo a livello scolastico nasce a Torino, non ne esistono altrove, l'obiettivo è poi ampliarla a livello nazionale».

La presidente di Slow Food Italia, Barbara Nappini, sottolinea: «È fondamentale che i cuochi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

delle mense scolastiche abbiano la consapevolezza dell'importanza di quello che fanno, non una volta ogni tanto, ma tutti i giorni». Da anni Slow Food Italia porta avanti iniziative di sensibilizzazione e educazione alimentare rivolte a famiglie e bambini. «Il principale strumento di conoscenza del mondo sono i sensi, e quale materia migliore da annusare e gustare se non il cibo? - racconta Stefania Durante, coordinatrice del gruppo educazione di Slow Food Italia -.

Riportare il cibo a scuola significa consentire ai bambini di riacutizzare i sensi, per riprendersi quello che il Covid ci aveva tolto».

Anche per questo, insieme alla futura rete dei cuochi, a Torino è stato annunciato anche il progetto delle "Mense aperte". Dal prossimo anno, ogni primo venerdì di maggio si svolgerà una giornata dedicata al ruolo educativo del pasto in mensa, coinvolgendo 335 plessi scolastici e oltre 40mila bambine e bambini. Una giornata in cui le mense scolastiche gestite dalla Città di Torino apriranno le porte anche alle famiglie, a produttori ed esperti del settore, con l'obiettivo di trasformare la mensa scolastica in un grande spazio pubblico di conoscenza, partecipazione e confronto. In quelle occasioni, anche il cuoco "salirà in cattedra" insieme agli altri attori della comunità scolastica per raccontare ciò che accade dietro ogni piatto, riflettere sul valore delle materie prime, sulla sostenibilità, sulla riduzione degli sprechi e sul legame tra alimentazione, salute e ambiente. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

Ceto medio, ipotesi taglio Irpef per tre milioni di contribuenti Moody's conferma il rating

Palazzo Chigi vuole recuperare gli elettori delusi. In cima alla lista la riduzione per i redditi fra 50 e 60mila euro. Verso un tetto a 30 anni per la flat tax sugli aumenti salariali dei giovani

GIUSEPPE COLOMBO


Ceto medio, ipotesi taglio Irpef per tre milioni di contribuenti Moody's conferma il rating

L'occhio di riguardo» al ceto medio cerca un numero. Una cifra capace di tradurre l'obiettivo politico che Giorgia Meloni ha rispolverato nelle scorse ore nel tentativo di ricucire con un pezzo di elettorato che si sente abbandonato dal centrodestra. E che ora, con il voto all'orizzonte, si punta a riavvicinare.

Il numero c'è. Eccolo: tre milioni.

«Almeno tre», sottolineano fonti di governo. Sono i contribuenti, con redditi compresi tra 50mila e 60mila euro, che beneficerebbero del taglio dell'Irpef programmato per la prossima manovra. La fascia cerchiata in rosso direbbe addio al terzo e ultimo scaglione, quello con l'aliquota al 43%, per passare al secondo, tassato al 33%. Costo stimato: circa 2,5 miliardi. Non sono pochi, ma sulle simulazioni dei tecnici pende l'imperativo di palazzo Chigi. Ha questa traccia: l'intervento è irrinunciabile. Di più. È in cima alla lista delle misure della legge di bilancio.

Il marchio della priorità è un altro indizio della necessità della premier di recuperare un rapporto che nel tempo si è sfilacciato. Quello, appunto, con il ceto medio che, tra l'altro, si sobbarca il conto maggiore dell'Irpef. Non è un trend inedito, ma la riconferma nell'ultimo rapporto di Itinerari previdenziali costituisce un elemento di ulteriore accelerazione. Anche perché quella della destra al governo è una promessa datata. Già a dicembre dell'anno scorso, quando con la manovra fu approvato il taglio dell'Irpef dal 35% al 33%, l'esecutivo provò a fissare il tetto del secondo scaglione a 60mila euro.

Ma il tentativo fallì perché le risorse erano poche. L'appello suona come l'ultima possibilità. L'eco del voto anticipato aggiunge ulteriore pressione.

Nel piano di Meloni c'è anche un altro bacino elettorale da corteggiare: i giovani. Sul tavolo ci sono diverse opzioni. Tra tutte spicca la flat tax sugli aumenti salariali. L'attesa sintesi nella maggioranza, in calendario a inizio ottobre, e la quantificazione delle risorse a disposizione, sono le due variabili con cui si stanno misurando i tecnici, che per questo hanno preparato un set di soluzioni.

Tra i nodi da sciogliere c'è quello della platea, nello specifico il requisito anagrafico. La detassazione sarebbe prevista per i giovani fino a 35 anni, ma un altro schema fissa il limite d'età a trenta. Altra incognita: il tetto al reddito. L'applicazione della flat tax sarebbe riservata solo a quelli bassi, ma anche in questo caso l'asticella balla. L'impianto generale della manovra sarà più chiaro nei prossimi giorni. Nel frattempo il governo deve decidere sull'attivazione della clausola di salvaguardia nazionale,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

lo strumento che permetterebbe di liberare una flessibilità fino a 36 miliardi (l'1,5% del Pil) per le spese destinate alla difesa e all'energia. La risoluzione di maggioranza delle commissioni Bilancio di Camera e Senato al Documento programmatico di finanza pubblica (Dpfp) ha inaugurato l'iter: la bozza del documento impegna il governo a presentare una «relazione al Parlamento» per l'eventuale scostamento necessario per l'utilizzo della clausola. Il via libera del Consiglio dei ministri al Dpfp è atteso entro la scadenza del 2 ottobre. Il documento conterrà l'aggiornamento del quadro macroeconomico e uno scheletro delle misure della legge di bilancio.

Intanto Moody's non tocca il rating per l'Italia, fermo a Baa2, con outlook stabile. Secondo l'agenzia di rating, l'economia del Paese si è mostrata «resiliente» di fronte allo shock dei prezzi dell'energia legato al conflitto in Medio Oriente, per questo gli analisti americani rivedono al rialzo le stime di crescita per quest'anno: +0,8%. Moody's, inoltre, prevede un deficit al 3% nel 2026 e al 2,9 nel 2027, in lieve calo rispetto al 3,1% del 2025, con un debito stabile al 138% fino all'anno prossimo, per poi iniziare gradualmente a ridursi. «Progressi più rapidi nell'affrontare le sfide strutturali legate al mercato del lavoro e alla capacità di innovazione, insieme a investimenti privati più consistenti, segnalerebbero - sostiene l'agenzia - una migliore resilienza economica, capace di ridurre la vulnerabilità dell'andamento dello stock del debito». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Repubblica

Economia, consumi e società

il rapporto

L'economia sommersa vale 200 miliardi e colpisce i più deboli

ROSARIA AMATO


L'economia sommersa vale 200 miliardi e colpisce i più deboli

L'economia sommersa corre veloce: tra il 2019 e il 2023 (ultime stime ufficiali) è passata da 175,4 a 197,6 miliardi. L'equivalente del Pnrr, una cifra che supera ampiamente la spesa sanitaria annua. Se si dovesse dividerla per la popolazione italiana, neonati compresi, calcolano gli autori del focus Censis-Confcooperative "Il costo dell'irregolarità per l'economia italiana", si traduce in un "furto" di 3.350 euro a persona, una somma che supera l'ammontare massimo dell'assegno unico.

Dentro quei quasi 200 miliardi di illegalità ci sono l'evasione tributaria e contributiva, il lavoro nero, gli affitti non dichiarati.

La parte più rilevante è l'evasione fiscale: dalle mancate dichiarazioni dell'Iva, dell'Irpef e di altre imposte come l'Ires e l'Iva si sottraggono ogni anno al bilancio pubblico circa 100 miliardi. Si evadono anche i contributi sul lavoro: chi non ha un contratto regolare guadagna circa la metà di chi è assunto regolarmente, e non ha alcun tipo di tutela assicurativa e previdenziale. Le ultime stime parlano di 2,7 milioni di occupati irregolari.

La penalizzazione maggiore per chi è costretto a lavorare in nero si riscontra nell'industria: la retribuzione oraria si ferma a 9,4 euro, contro i 20,2 euro lordi di un lavoratore regolare. «Il sommerso è un moltiplicatore di diseguaglianze, che colpisce prima di tutto chi lavora senza tutele sottolinea il presidente di Confcooperative Maurizio Gardini .

Ogni euro che sfugge alla fiscalità generale è un euro in meno per la sanità, per le pensioni, per i servizi che tengono insieme il Paese: un macigno che si scarica sul debito pubblico e sulle prossime generazioni». L'ultima parte del report infatti mette a confronto le mancate entrate per lo Stato alle uscite inevitabili, a cominciare dalla spesa per interessi del debito pubblico, che tra il 2021 e il 2025 ha raggiunto i 395 miliardi. Una somma che sarebbe stato facile coprire in buona parte con l'emersione dell'evasione fiscale e contributiva, che avrebbe fatto rientrare nel bilancio dello Stato nello stesso periodo 313 miliardi. Ma non è successo, a causa della «miopia di una visione della partecipazione ai costi e alla fornitura di servizi collettivi che produce profitti per pochi e perdite per tutti, anche per chi evade». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Repubblica

Economia, consumi e società

il racconto

Una vita da evasore scontrini falsi, buoni regalo e ordinazioni fantasma

Le inchieste della Guardia di Finanza ci regalano uno spaccato del Paese furbetto dove il contante è ancora re e chi non dichiara prende anche la Naspi

GIULIANO FOSCHINI


Una vita da evasore scontrini falsi, buoni regalo e ordinazioni fantasma

Clips

Aveva ragione Zalone, quindi.

Prima di tutto il posto fisso.

Perché se un professore a mille e cinquecento euro al mese guadagna davvero più di un gioielliere, se una segretaria incassa più di un avvocato, un semplice medico ospedaliero più del dentista dallo studio futurista, evidentemente il posto fisso conviene. Oppure c'è qualcosa che non torna. E a credere allo zibaldone di storie che viene fuori dalle ultime inchieste della Guardia di Finanza, ecco, qualcosa che non funziona effettivamente c'è. Cento miliardi di cose, per l'esattezza, visto che il conto dell'evasione supera abbondantemente quella cifra. Ma come si fa?

Come riesce un'attività piena di clienti a diventare improvvisamente poverissima davanti al Fisco? Basta mettere in fila le indagini delle Fiamme gialle per ottenere una specie di manuale del perfetto evasore.

Quello piccolo, però. Niente Cayman o società offshore. Qui siamo al ristorante sotto casa, dal professionista, nel negozio, su internet.

La prima regola resta la più antica: il contante aiuta. La maniera più facile per incassare è il pagamento in nero, «sistema usato principalmente ormai dai professionisti perché negli esercizi commerciali è più complicato», spiegano dalla Finanza. A Sassari, per esempio, sette maxistore avrebbero adottato un sistema semplice: carta, scontrino fiscale; cash, un documento apparentemente identico ma soltanto gestionale. Il cliente usciva convinto di avere lo scontrino, per il Fisco quella vendita non era mai avvenuta.

Venti milioni contestati in quattro anni. La tecnologia, però, aiuta. In tutta Italia diversi dentisti hanno fatto i conti con un software che consentiva di gestire due contabilità parallele: «La carie? Centoventi euro con fattura, settanta senza», con tanto di ricevuta diversa per le due opzioni. In dieci ristoranti e baite dell'Alto Adige funzionava invece così: comanda sul palmare, ordine in cucina, piatto servito, cliente che mangia e paga. Poi qualcuno cancellava il tavolo dal gestionale. Il pranzo era avvenuto nella vita reale, non nella contabilità. Circa nove milioni di ricavi sarebbero spariti così.

C'è anche chi sceglie la soluzione radicale: non dichiarare proprio niente. A Palermo un dj, secondo la Finanza, avrebbe dimenticato 323 mila euro guadagnati tra serate e matrimoni, fino a 800 euro a festa.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Economia, consumi e società

Contemporaneamente percepiva la Naspi: fiscalmente disoccupato, musicalmente piuttosto impegnato. A Bologna una cartomante con tremila clienti avrebbe evaso oltre 150 mila euro , più il reddito di cittadinanza. I tarocchi evidentemente non avevano previsto l'arrivo della Finanza.

Resta l'annosa domanda: dove mettere i soldi? Il materasso è ormai archeologia. Ci sono conti aperti online presso intermediari esteri, wallet, criptoattività, carte e Iban virtuali: strumenti perfettamente legittimi che la stessa Uif della Banca d'Italia segnala però sempre più spesso anche nei circuiti finanziari opachi. E ci sono mance digitali, carte prepagate, persino buoni regalo. A Pisa due influencer avrebbero nascosto circa 800 mila euro: parte dei compensi arrivava, secondo la Finanza, attraverso gift card e altre forme di credito digitale. Poi c'è l'armadio infinito. Vendere una vecchia giacca naturalmente non significa evadere. Ma un contribuente di paia di scarpe ne aveva vendute 1.211 in un anno e 418 quello successivo. Più che un armadio, un magazzino. Il manuale, infine, insegna come far sparire il patrimonio quando il Fisco viene a cercarlo. Un commerciante-collezionista di auto di lusso di Parma aveva, secondo l'inchiesta, Ferrari intestate alla madre di 89 anni. Nel Salernitano un imprenditore avrebbe invece utilizzato una separazione consensuale per trasferire beni alla moglie e al figlio. Peccato che marito e moglie continuassero a vivere, viaggiare e farsi fotografare insieme. Si può far sparire persino la residenza: un titolare di compro oro risultava residente a Cuba ma, secondo gli accertamenti, viveva abitualmente a Genova. Nel patrimonio confiscato per 2,5 milioni c'erano immobili, contanti, gioielli, lingotti e orologi. E infine c'è la fortuna. Una fortuna che, a leggere alcune indagini fiscali, sembra accanirsi con particolare generosità proprio su chi deve spiegare da dove arrivino i soldi. Vincite, ticket, giocate: in diverse vicende giudiziarie premi e biglietti vincenti sono comparsi per giustificare disponibilità di denaro. Perché il perfetto evasore, oltre a essere ingegnoso, evidentemente è molto spesso anche fortunatissimo. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Repubblica

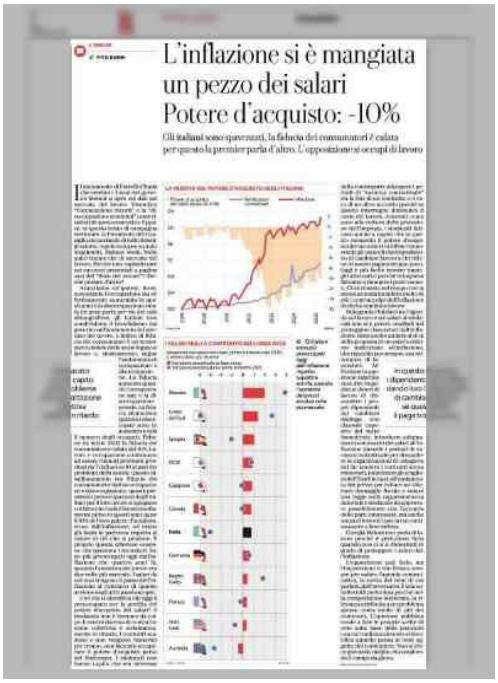
Economia, consumi e società

L'ANALISI

L'inflazione si è mangiata un pezzo dei salari Potere d'acquisto: -10%

Gli italiani sono spaventati, la fiducia dei consumatori è calata per questo la premier parla d'altro. L'opposizione si occupi di lavoro

TITO BOERI


L'inflazione si è mangiata un pezzo dei salari
Potere d'acquisto: -10%
Gli italiani sono spaventati, la fiducia dei consumatori è calata per questo la premier parla d'altro. L'opposizione si occupi di lavoro

Il documento di Fratelli d'Italia che celebra i 4 anni del governo Meloni si apre coi dati sul mercato del lavoro. Rivendica "l'occupazione record" e la "disoccupazione ai minimi" come risultati di questo esecutivo. Eppure, in questo inizio di campagna elettorale, la Presidente del Consiglio sta parlando di tutto (immigrazione, regole europee su auto inquinanti, fashion week, bollo auto) tranne che di mercato del lavoro. Perché non capitalizzare sui successi presentati a pagina uno del "libro dei record"? Perchè parlare d'altro?

Avanziamo un'ipotesi: forse, nonostante l'occupazione sia effettivamente aumentata in questi anni e la disoccupazione calata (in gran parte per via del calo demografico), gli italiani non condividono il trionfalismo del governo sull'andamento del mercato del lavoro. L'indice di fiducia dei consumatori è un termometro fedele delle ansie legate al lavoro e, storicamente, segue l'andamento di occupazione e disoccupazione. La fiducia aumenta quando l'occupazione sale e la disoccupazione scende. La fiducia diminuisce quando i disoccupati sono in aumento e cala il numero degli occupati. Ebbene da inizio 2022 la fiducia dei consumatori è calata del 10%. Lavoro e occupazione continuano ad essere ritenuti problemi prioritari da 7 italiani su 10 al pari dei problemi della sanità. Questo disallineamento tra fiducia dei consumatori e dati su occupazione e disoccupazione, queste persistenti preoccupazioni degli italiani per il loro lavoro si spiegano col fatto che i salari hanno mediamente perso in questi anni quasi il 10% del loro potere d'acquisto, eroso dall'inflazione, ed erano già bassi in partenza rispetto al valore di ciò che si produce. È proprio questa ulteriore erosione che spaventa i lavoratori. Sono più preoccupati oggi dall'inflazione che quattro anni fa, quando l'aumento dei prezzi era due volte più marcato. I salari da noi non tengono il passo dell'inflazione al contrario di quanto avviene negli altri paesi europei.

Con chi si identifica chi oggi è preoccupato per la perdita del potere d'acquisto dei salari? Il sindacato non è immune da colpe. Il nostro sistema di contrattazione collettiva è sistematicamente in ritardo. I contratti scadono e non vengono rinnovati per tempo, non facendo recuperare il potere d'acquisto perso nel frattempo. I sindacati non hanno capito che era interesse della controparte allungare i periodi di "vacanza contrattuale" tra la fine di un contratto e il varo di un altro accordo perché in questo interregno diminuiva il costo del lavoro. Ancorati come sono alla cultura della protezione dell'impiego, i sindacati faticano anche a capire che in questo momento il potere d'acquisto dei lavoratori va difeso rimuovendo gli ostacoli che impediscono di cambiare lavoro a chi ritiene di essere pagato troppo poco.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Economia, consumi e società

Oggi è più facile trovare impieghi alternativi perché le imprese faticano a riempire i posti vacanti. Chi è rimasto nel tempo con la stessa azienda ha subito molto di più i contraccolpi dell'inflazione di chi ha cambiato lavoro. Delegando l'iniziativa e l'agenda sul lavoro e sui salari ai sindacati non si è perciò credibili nel proteggere i lavoratori dall'inflazione. Bene anche andare al di là della proposta di un salario minimo indicizzato all'inflazione, che riguarda pur sempre una minoranza di lavoratori. Affrontare la questione salariale vuol dire impedire ai datori di lavoro di dissuadere i propri dipendenti dal cambiare impiego con clausole capestro del tutto immotivate, introdurre adeguamenti automatici dei salari all'inflazione durante i periodi di vacanza contrattuale per dissuadere le organizzazioni di categoria dal far scadere i contratti senza rinnovarli, indicizzare gli scaglioni dell'Irpef in base all'andamento dei prezzi per evitare un ulteriore drenaggio fiscale e varare una legge sulla rappresentanza datoriale e sindacale da approvare possibilmente con l'accordo delle parti interessate, ma anche senza di loro nel caso in cui continuassero a fare melina. Giorgia Meloni non parla di lavoro perché è pericoloso farlo quando non ci si è dimostrati in grado di proteggere i salari dall'inflazione. L'opposizione può farlo, ma l'impressione è che finisca sempre per subire l'agenda comunicativa, la scelta dei temi di cui parlare, dell'avversario. È una subalternità pericolosa perché nella competizione elettorale, la rilevanza attribuita a un problema spesso conta molto di più dei contenuti. L'opinione pubblica tende a fare le proprie scelte di voto sulla base delle posizioni con cui tradizionalmente si identifica quando pensa ai temi oggetto del contendere. Non si vince giocando meglio, ma scegliendo il campo da gioco. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Repubblica

Economia, consumi e società

Eni in soccorso del governo benzina sotto i due euro un mese di prezzi bloccati

Oggi si dimezza lo sconto sulle accise ma l'azienda partecipata interviene Tetto per la verde a 1,99, diesel a 2,19. Il Pd: "Manca politica energetica"

EMMA BONOTTI


Eni in soccorso del governo benzina sotto i due euro un mese di prezzi bloccati

Oggi si dimezza lo sconto sulle accise ma l'azienda partecipata interviene Tetto per la verde a 1,99, diesel a 2,19. Il Pd: "Manca politica energetica"

2,154 1,99 2,338 2,19

"Trump non chiuda i flussi" l'allarme Ue sul gasolio Usa

Sempre più sottile. Così sottile che, lamentano i consumatori, quasi non si nota. Da oggi al 5 ottobre lo sconto sulle accise applicate al diesel scende da 12,2 a 6,1 centesimi. La metà. Peccato che nel frattempo i presupposti alla base dei rincari dei carburanti, a cominciare dalla guerra nel Golfo Persico che da mesi infiamma i prezzi di petrolio e gas, non siano cambiati. Ieri la benzina viaggiava in media a 2,154 euro al litro sulla rete nazionale, mentre in autostrada il gasolio si è spinto fino a quota 2,421. Con uno sconto dimezzato, avverte l'Unione Nazionale Consumatori, il diesel arriverà oggi a un soffio dai 2,4 euro sulle strade normali e a poco meno di 2,5 euro in autostrada.

Qualcosa si è mosso, ma non dalle parti del governo. Eni ha deciso di applicare un tetto massimo al prezzo del carburante venduto nella rete di stazioni di Enilive (che controlla al 70%). A partire dal 28 settembre e per 30 giorni alle pompe del Cane a sei zampe il gasolio costerà al massimo 2,19 euro al litro e la verde 1,99, scendendo sotto la soglia psicologica dei due euro. Il price cap potrebbe essere esteso fino alla fine dell'anno, ma dipenderà dall'andamento del mercato e degli approvvigionamenti. Intanto il governo ringrazia, ribattezzando l'iniziativa un «lodevole atto di attenzione all'Italia». Il ministro degli Esteri e leader di Forza Italia, Antonio Tajani, coglie la palla al balzo e affonda il colpo politico: «Questa è la strada, non interventi dirigisti o nuove tassazioni costruite attorno al concetto degli extraprofitti». Profusi applausi anche dalle associazioni dei consumatori, mentre l'opposizione storce il naso: «L'iniziativa di Eni è positiva e ogni centesimo risparmiato dalle famiglie conta», precisa il presidente dei senatori del Pd, Francesco Boccia. Poi riflette: «Ma la domanda è un'altra: è Eni che deve supplire alle scelte del governo o è il governo che deve indicare una strategia chiara alle grandi aziende partecipate dallo Stato? Più che dire "grazie Eni", Palazzo Chigi dovrebbe rispondere nel merito e spiegare agli italiani quale sia la sua politica energetica». Critico anche il segretario della Cgil, Maurizio Landini: «Ma perché il governo non interviene sugli extraprofitti delle imprese e perché non riduce, non per un mese, ma stabilmente le accise? Senza fare spot».

Parte della risposta è economica: gli ultimi sei mesi di tagli sono già costati quasi tre miliardi e la coperta è corta. Lo stesso ministro dell'Ambiente e della Sicurezza energetica, Gilberto Pichetto Fratin, ammette a Radio 24 che «il bilancio dello Stato italiano non può mettere un miliardo al mese» per ridurre le accise sui carburanti. Insomma, ogni mossa, ogni centesimo di spesa va calibrato con cura. Pichetto e Adolfo Urso, alla guida del ministero delle Imprese e del Made in Italy, sperano di trovare una spalla nei raffinatori, con cui, in un incontro fissato il prossimo 8 ottobre, valuteranno

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

come «aumentare la produzione dei principali prodotti (come benzina, diesel, gpl e cherosene, ndr.) per mitigare gli effetti dell'attuale scenario internazionale sull'approvvigionamento del Paese». Anche le Regioni hanno preso l'iniziativa: il Friuli Venezia Giulia aumenterà di altri 5 centesimi al litro lo sconto regionale sui carburanti, mentre la Sicilia stanzia 15 milioni per gli autotrasportatori. Una categoria particolarmente esposta ai rincari. Per il momento, assicura la presidente di Assotir, Anna Vita Manigrasso, l'ipotesi di uno sciopero dei lavoratori del trasporto su ruota non è sul tavolo. Ma attenzione, tuona: «Se il governo rimarrà inerte i trasportatori non si fermeranno per protesta, ma perché senza gasolio i camion non si accendono». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

Colloquio con la vicepresidente Ue Virkkunen

Henna Virkkunen - «Sull'intelligenza artificiale l'Europa è attenta ai rischi Altrove mancano regole»

Francesca Basso


ESTERI

L'avvocata sindaca di Marrakech può diventare la prima premier

Marocco, con Fatima Mansouri il centrodestra ha stravinto. La sfida a re Mohammed VI

Colloquio con la vicepresidente Ue Virkkunen

«Sull'intelligenza artificiale l'Europa è attenta ai rischi Altrove mancano regole»

L'allarme del cofondatore di Microsoft

Gates: «L'AI può provocare un miliardo di morti»

DALLA NOSTRA CORRISPONDENTE BRUXELLES Un'intelligenza artificiale «responsabile». È quello a cui punta l'Unione europea, ma «per raggiungere questo obiettivo è necessaria una stretta cooperazione con partner internazionali che condividano la nostra visione», spiega al Corriere la vicepresidente esecutiva Henna Virkkunen. Di recente la commissaria finlandese ha partecipato alla riunione del G7 sulla sicurezza dell'AI, seguita da un incontro virtuale con Michael Kratsios, direttore dell'Ufficio per la politica scientifica e tecnologica della Casa Bianca.

Nel dibattito globale sulla sicurezza dei sistemi di intelligenza artificiale «l'Ue è in una buona posizione, perché siamo ben attrezzati per affrontare questi rischi per la sicurezza, grazie al fatto che abbiamo già il nostro AI Act », spiega Virkkunen ricordando che «il regolamento prevede obblighi molto chiari per i fornitori che sviluppano modelli altamente capaci: devono valutare e mitigare i rischi dei loro modelli, devono avvalersi anche di esperti esterni per verificare tali rischi e devono monitorare costantemente la situazione, anche quando i modelli sono già sul mercato».

Gli Stati Uniti non perdono occasione per chiedere un alleggerimento delle regole Ue sul digitale. La risposta di Bruxelles a Washington però non cambia: «Abbiamo sempre sottolineato - ha ricordato Virkkunen - quanto sia importante per noi avere regole di questo tipo: l' AI Act , il Digital Services Act e il Digital Markets Act . Vogliamo garantire un ambiente digitale sicuro, equo e democratico, e l' AI Act è importante per i cittadini europei. Secondo l'Eurobarometro, l'80% degli europei ritiene molto importante regolamentare l'intelligenza artificiale per motivi di sicurezza». Virkkunen rivendica la capacità dell'Ue di definire autonomamente le proprie regole: «Le persone possono fidarsi delle nostre tecnologie e sapere che siamo consapevoli dei rischi», ha insistito, sottolineando che «si tratta di regole molto eque, perché sono le stesse per tutti e molto trasparenti».

Il problema è che la situazione non è la stessa a livello globale, perché molti Paesi non dispongono di regole simili a quelle europee e «i rischi posti dall'intelligenza artificiale hanno una dimensione globale - prosegue la vicepresidente -. Per questo è importante anche la cooperazione internazionale per valutare insieme i rischi». In particolare, con i Paesi del G7 l'Ue sta valutando, ha riferito Virk-kunen, come «esaminare congiuntamente i modelli e condividere le informazioni, soprattutto sulla sicurezza».

Ad agosto la Commissione ha iniziato a esercitare i poteri di applicazione e vigilanza previsti dall' AI Act : «Abbiamo avviato le attività di enforcement e, per esempio, abbiamo inviato richieste di informazioni

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ai fornitori di quei modelli di AI altamente capaci», ha spiegato Virkkunen. Per la vicepresidente «se le aziende ritengono di non poter avere piena fiducia nei sistemi che stanno sviluppando, allora dovrebbero essere loro stesse a rallentare. Se hanno la sensazione di non essere in grado di controllare i sistemi, dovrebbero farlo. Ma, naturalmente, se si arrivasse a una decisione di questo tipo a livello globale, dovremmo anche essere in grado di verificarne l'attuazione. E, per questo, sarebbe necessaria la cooperazione internazionale». Tuttavia Virkkunen ritiene che «sarebbe molto difficile arrivare a una decisione condivisa, in base alla quale tutti scelgono di rallentare lo sviluppo dei modelli di frontiera. Sarebbe inoltre necessaria una verifica. Quindi è importante continuare la cooperazione internazionale per affrontare insieme i rischi per la sicurezza». Tanto più che il presidente Usa Donald Trump è stato chiaro: è contrario a rallentare la corsa dell'AI perché non vuole lasciare un vantaggio alla Cina.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

Solo il 22% delle imprese investirà entro il 2028 nell'intelligenza artificiale

L'indagine Le aziende sono più intenzionate a impiegare risorse sul green nel triennio Prete (Unioncamere): scelta di puntare sul verde coniuga sostenibilità e competitività

Lorenzo Pace


Solo il 22% delle imprese investirà entro il 2028 nell'intelligenza artificiale

38%

36,1%

ROMA Un investimento da dosare, più che da rincorrere. Per le imprese italiane l'intelligenza artificiale è entrata nei piani di spesa, ma resta una voce minoritaria del digitale.

Secondo l'indagine diffusa ieri da Unioncamere e dal Centro Studi Tagliacarne, su circa 4.500 aziende manifatturiere e dei servizi tra 5 e 499 addetti, il 21,8% ha investito in Ai tra il 2023 e il 2025 o intende farlo entro il 2028. La quota copre sei anni e va letta accanto a quella delle tecnologie 4.0 nel loro insieme: le ha adottate il 44,6% delle imprese nell'ultimo triennio e il 38% prevede di farlo nel prossimo.

La prudenza, d'altronde, trovava conferma nel rapporto Unioncamere-Dintec datato 15 settembre, basato su oltre 20mila test di maturità digitale dei Punti Impresa Digitale delle Camere di commercio. Le aziende che usano soluzioni di Ai sono passate dal 13,1% del 2024 al 19,5% del 2025. La crescita è a velocità diverse: nei servizi la quota è al 25,9%, nell'industria al 13,6%, nel commercio al 13%, in agricoltura all'8,1%. Nelle filiere del made in Italy, dalla moda all'agroalimentare, si è passati dal 3% del 2023 all'11% del 2025.

Se la pressione per l'innovazione incentrata sull'intelligenza artificiale viene affrontata con cautela, quella energetica porta risultati più immediata. L'impennata della bolletta, dovuta alle tensioni in Medio Oriente, preoccupa oltre il 70% delle imprese e, tra queste, il 43,4% si attende margini in calo.

La risposta passa dagli investimenti green, che secondo il rapporto riguardano soprattutto il risparmio energetico. Li programma per il 2026-2028 il 36,1% delle imprese, contro il 37,1% del triennio precedente. È una quota quasi stabile, che si avvicina a quella del 4.0: il divario scende da 7,5 a 1,9 punti. Tra chi ha già investito nella sostenibilità, il 41% vi ha destinato tra il 2 e il 5% del fatturato e il 9,6% il 10% o più. Per il presidente di Unioncamere, Andrea Prete, il rincaro dell'energia è «una delle conseguenze più concrete dell'instabilità internazionale» e la scelta green «coniuga sostenibilità e competitività». Sul fronte delle competenze, il 53,6% delle aziende prevede di investire nella formazione tecnico-professionale nel prossimo triennio.

Il caro energia non azzera però le attese. Per il 2026 il 27,5% delle imprese prevede un fatturato in crescita di almeno il 3%, oltre la metà punta a confermarlo e il 20,1% stima un calo. Per il 2027 chi si aspetta un aumento è il 25,9% e chi prevede una flessione scende al 7,1%, ma sale al 16,7% chi non sa cosa aspettarsi. Tra le esportatrici, il 19,8% prevede vendite estere in crescita nel 2026 e

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

il 20,6% nel 2027.

Sull'occupazione le previsioni positive riguardano il 15,8% delle imprese quest'anno e il 13% il prossimo. Più ottimiste le imprese guidate da under 35. Per il 2026 il 37,6% stima un fatturato in aumento, il 34,8% più export e il 24,3% più occupati; per il 2027 le quote sono al 33,3%, al 34,1% e al 21,4%. Secondo Prete la fiducia degli imprenditori è rimasta sostanzialmente stabile negli ultimi tre anni, dopo la flessione del 2022 seguita alla guerra in Ucraina.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.