Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

giovedì, 02 luglio 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

giovedì, 02 luglio 2026

Area Emilia Romagna

02/07/2026 **La Repubblica (ed. Bologna)** Pagina 7 — 5
Fontanelle anti-plastica, torna in funzione la "decana"

02/07/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Bologna)** Pagina 39 — 6
Casa dell'Acqua, taglio del nastro alla Coop Trombone: «Un beneficio per la comunità»

01/07/2026 **Ansa.it** — 7
A Bologna rinnovata la casetta dell'acqua di via Gorki

01/07/2026 **TRC BO** — 8
Alla Coop di Corticella la nuova Casa dell'acqua (TG delle 19:40)

02/07/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 24 — 9
Festa dell'Unità di Confine, il programma Quattro serate tra musica e dibattiti politici

02/07/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)** Pagina 54 — 10
Il fantastico viaggio dei Rulli Frulli Il documentario all'arena Pareschi

02/07/2026 **La Nuova Ferrara** Pagina 41 — 11
Coopsday questa sera al Pareschi

02/07/2026 **Estense** — 12
Amarga Navidad, l'ultimo Almodóvar, in versione originale all'Arena

01/07/2026 **altarimini.it** — 13
Coop Alleanza 3.0 rilancia "Una cuccia per tutti" a sostegno di canili e gattili

01/07/2026 **Ansa.it** — 14
Torna 'una cuccia per tutti' quando la spesa aiuta canili e gattili

02/07/2026 **Estense** — 15
Con "Una cuccia per tutti" Coop Alleanza 3.0 rinnova il suo impegno contro l'abbandono degli animali

01/07/2026 **ParmaDaily.it** — 16
Con "Una cuccia per tutti" Coop Alleanza 3.0 in campo contro l'abbandono degli animali

01/07/2026 **Reggionline** — 17
Coop Alleanza 3.0: torna il progetto 'Una cuccia per tutti'

01/07/2026 **AskaNews.it** — 18
"Paura non avremo", torna il festival di Dandini L'Eredità delle Donne

01/07/2026 **Primo Piano 24** — 19
"Paura non avremo", torna il festival di Dandini L'Eredità delle Donne

01/07/2026 **Modena2000** — 20
Gran finale per ModenaBalla: piazza XX Settembre travolta da swing & boogie

01/07/2026 **Reggio2000** — 21
Gran finale per ModenaBalla: piazza XX Settembre travolta da swing & boogie

01/07/2026 **Parma Today** — 22
Magazzino Kamila, il presidente di Coop Alleanza 3.0: "Lasciamo gestire la vicenda al fornitore"

01/07/2026 **NewsCinecitta** — 23
L'universo Varda in mostra a Bologna

01/07/2026 **TeleReggio** — 25
'La bellezza di essere me' uno spazio dedicato al beauty (Buongiorno Reggio delle 09:20)

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

02/07/2026 **Gazzetta di Mantova** Pagina 9 — 29
Ventesima edizione per il concorso Campagne

02/07/2026 **La Voce di Mantova** Pagina 12 30
Torna "Campagne": il concorso fotografico che racconta il paesaggio rurale

01/07/2026 **Alto Mantovano News** 32
Consorzio Agrituristico Mantovano, tutto pronto per la ventesima edizione del concorso fotografico

02/07/2026 **Il Piccolo (ed. Gorizia)** Pagina 31 33
Aiuti agli animali abbandonati

02/07/2026 **Messaggero Veneto** Pagina 19 *MATTIA PERTOLDI* 34
Cento posti al Villalta e De Toni non recede sul piano della sosta

Area Marche e Abruzzo

01/07/2026 **Chieti Today** 36
Una cuccia per tutti: la Coop contro l'abbandono di animali

01/07/2026 **Il Pescara** 37
Una cuccia per tutti: la Coop contro l'abbandono di animali

Area Sud e Isole

01/07/2026 **Idea Radio nel Mondo - Cultura** 38
Salento: al via la 16^ edizione del Salento Book Festival

01/07/2026 **Sassi Live** 47
"Una cuccia per tutti" nei negozi di Coop Alleanza 3.0, progetto contro l'abbandono degli animali

01/07/2026 **StraNotizie** 48
Una cuccia per tutti: supporto agli animali abbandonati

01/07/2026 **Trm Tv** 49
Coop Alleanza 3.0, torna "Una cuccia per tutti": la spesa per animali aiuta canili e gattili

Controllate e partecipate

02/07/2026 **La Repubblica** Pagina 29 50
Mercati in calo scatto di Nexi giù l'energia

02/07/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 21 51
«Siamo interessati a nuove filiali» Emil Banca: il risiko è opportunità

02/07/2026 **Il Gazzettino (ed. Udine)** Pagina 14 *ANNA VALLERUGO* 53
Premio Maldini, i premi nella residenza di Varmo

Coop e Cooperazione

02/07/2026 **Il Cittadino** Pagina 22 54
Legacoop Lombardia compie 140 anni: «Il lavoro è uno strumento di inclusione»

02/07/2026 **La Stampa (ed. Vercelli)** Pagina 45 55
La Coop di Santhià si rinnova "Spesa più semplice e veloce"

02/07/2026 **Il Tirreno** Pagina 33 *LUCA CENTINI* 56
Nuovo defibrillatore a Baratti «Tutta la costa è cardioprotetta»

Concorrenza GDO

02/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 17 *Alessandro Cicognani* 58
Francesco Avanzini - Conad investe 2,5 miliardi: focus su salute, pet store e ristoranti

02/07/2026 **Il Messaggero** Pagina 41 *Francesco Bisozzi* 60
Sostenibilità e occupazione: generati 7,6 miliardi di Pil

02/07/2026 **La Nuova di Venezia e Mestre** Pagina 16 *NICOLA BRILLO; TREVISO* 62
UniCredit finanzia EcorNaturaSì venti milioni per la crescita

01/07/2026 **GdoWeek** 63
Lidl sul podio dei Top Contact Center 2026/27 per il servizio ai clienti

01/07/2026 **GdoWeek** 64
Gruppo Crai chiude il 2025 con 3,27 miliardi di euro di giro d'affari

01/07/2026 **Il Fatto Alimentare** 66
La spesa costa troppo: tra Francia e Italia il rischio è la speculazione

02/07/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 18 68
Via Canaletto, il «Percorso partecipato? Va rinviato all'autunno» comitato:

Economia, consumi e società

02/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 17 69
In Italia il costo del carrello medio si attesta a 81 euro (71 in Germania)

02/07/2026 **La Stampa** Pagina 8 *ROBERTO FIORI* 70
Dazi e consumi in calo Le Langhe tagliano il vino ma salvano il Barolo

02/07/2026 **La Stampa** Pagina 8 *VERONICA DE ROMANIS** 72
Il protezionismo si abbatte sull'export Giù le vendite italiane negli Stati Uniti

02/07/2026 **La Stampa** Pagina 9 *ALBA* 74
Paolo Sartirano - "Sbagliato abbassare la produzione Così guadagneremo ancora meno"

02/07/2026 **Libero** Pagina 19 76
I BURGER VEGANI? PIENI DI ADDITIVI

02/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 19 *Lorenzo Pace* 78
Elettricità, in Italia le imprese pagano +24% sulla media Ue

02/07/2026 **La Repubblica** Pagina 26 *Diego Longhin* 80
Bollette, il calo c'è ma non basta l'Italia paga più della media Ue

02/07/2026 **Corriere della Sera** Pagina 37 *Andrea Rinaldi* 82
Il welfare aziendale? Spinge lo sviluppo «Più occupazione e produttività»

02/07/2026 **Corriere della Sera** Pagina 39 *CARLO COTTARELLI* 84
L'evasione? Un freno che pesa 110 miliardi Il record autonomi: non versano il 60%

02/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 17 *ANTONIO RANALLI* 86
L'inclusione, leva per i brand

Innovazione e mondo digitale

02/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 5 *Carmine Fotina* 88
Gianluigi Greco - «Intelligenza artificiale, nuovo piano per colmare il gap di Pmi e industria»

02/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 22 90
Packaging adattativo con l'AI fisica

02/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 8 *LORENZO TORRISI* 91
L'IA non la può fermare nessuno

02/07/2026 **Italia Oggi** Pagina 27 *MARIA MANTERO* 94
Il mercato digitale in Italia vale 84,4 miliardi di euro

02/07/2026 **La Repubblica** Pagina 6 *MASSIMO BASILE NEW YORK* 95
La Casa Bianca fa pace con Anthropic via le restrizioni all'export per l'IA

La Repubblica (ed. Bologna)

Area Emilia Romagna

l'iniziativa

Fontanelle anti-plastica, torna in funzione la "decana"


Memoria, ripristinati i fondi "Ora si torni a 2,5 milioni"

LA CASA DELL'ACQUA

TEATRO DEHON

40 ANNI DI TEATRO CONDIVISO.

Il caldo non concede tregua, potersi dissetare con un occhio di riguardo al risparmio è importante. Ma lo è pure pensare alla sostenibilità ambientale. Davanti alla Coop di Corticella in via Gorki dopo qualche settimana fuori servizio torna ammodernato e funzionante l'erogatore d'acqua che dal 2013 ha distribuito 1,6 milioni di litri ai clienti del supermercato, risparmiando l'uso di 1,1 milioni di bottigliette e 44 tonnellate di plastica. «Essere vicini all'ambiente e dare servizi alla comunità è la cosa giusta da fare, pure a discapito delle vendite quotidiane», dice Domenico Trombone, presidente di Coop Alleanza 3.0.

L'acqua della casetta di via Gorki costa 5 centesimi al litro per la naturale, 10 per la frizzante, e nei precedenti 13 anni di attività ha generato un risparmio stimato di 300mila euro per i clienti, considerando il prezzo medio delle bottiglie. Che nei giorni di arsura, comunque, «stanno certamente aumentando come vendite, e ci sono anche tante persone che non possono permettersi l'aria condizionata e vengono nei nostri centri commerciali per stare in compagnia al fresco», continua Trombone. Il distributore è stato inattivo per alcune settimane, «ma la sua assenza s'è notata nell'accumularsi di bottiglie di plastica gettate a terra nei dintorni, siamo felici sia tornata», dice Paola Fagioli di Legambiente. Installata da Adriatica Acque, la casetta di via Gorki fa parte del progetto del Comune di installare da luglio altri erogatori di acqua pubblica in città, oltre a un investimento da 300mila euro sul sistema delle fontanelle.- L.BO.

Erogatore d'acqua alla Coop di Corticella.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Bologna)

Area Emilia Romagna

in via gorki, l'erogatore a basso prezzo

Casa dell'Acqua, taglio del nastro alla Coop Trombone: «Un beneficio per la comunità»


IN BREVE
Notizie dalla città

Più incidenti mortali in provincia
Crescono i feriti anche sotto le Torri

Freddure cercansi a 35 gradi

Casa dell'Acqua, taglio del nastro alla Coop Trombone: «Un beneficio per la comunità»

Taglio del nastro per la casetta dell'acqua alla Coop di Corticella, in via Gorki. La 'fonte cittadina', già presente dal 2013 e ora rinnovata, eroga acqua naturale, al costo di 5 centesimi al litro, acqua frizzante e leggermente frizzante al costo di 10 centesimi al litro: dalla sua prima installazione, si sono risparmiati oltre 1,1 milioni di bottiglie in Pet, pari a 44 tonnellate di plastica in meno. «È un servizio che interpreta pienamente il nostro modo di essere cooperativa: offrire soluzioni concrete che migliorano la qualità della vita delle persone e producono benefici per l'intera comunità», sottolinea Domenico Trombone, presidente di Coop Alleanza 3.0.

Ansa.it

Area Emilia Romagna

A Bologna rinnovata la casetta dell'acqua di via Gorki


Ansa.it

A Bologna rinnovata la casetta dell'acqua di via Gorki

07/01/2026 17:25

E' stata inaugurata oggi la nuova casetta dell'acqua di via Gorki, a Bologna, che sostituisce l'impianto che dal 2013 ha erogato 1,6 milioni di litri. All'inaugurazione ufficiale hanno partecipato fra gli altri l'assessore ai Lavori Pubblici di Bologna Simone Borsari e il direttore di Adriatica Acque e presidente di Coop Alleanza 3.0 Domenico Trombone. La casa dell'acqua di Coop si trova infatti davanti al punto vendita della cooperativa ed eroga acqua naturale (al costo di 5 cent. al litro), acqua frizzante e leggermente frizzante (al costo di 10 cent. al litro). Dal 2013 sono stati erogati 1,2 milioni di litri di acqua naturale e 400mila frizzante, il che ha permesso di risparmiare emissioni di Co2 e produzione di plastica. La stima è di un risparmio di 1,1 milioni di bottiglie in pet pari a 44 tonnellate di plastica, la circolazione di 73 tir ed il consumo di quasi 18mila litri di carburante per il loro spostamento, oltre alla mancata immissione in atmosfera di quasi 200 tonnellate di CO2, connesse alla produzione e al trasporto delle bottiglie in plastica. "La nuova casetta dell'acqua di Corticella - ha osservato l'assessore Borsari - è un segno concreto di come si costruisce una città più sostenibile, più attenta ai bisogni delle persone e più capace di innovare senza perdere il senso della comunità". "Dei vantaggi economici si è già detto, e così di quelli ambientali. Mi preme però ricordare quelli sociali - ha aggiunto Trombone -, particolarmente evidenti in giornate calde come queste: le ondate di calore eccezionali che stiamo vivendo ci ricordano quanto l'accesso all'acqua sia un bisogno essenziale". Riproduzione riservata © Copyright ANSA.

E' stata inaugurata oggi la nuova casetta dell'acqua di via Gorki, a Bologna, che sostituisce l'impianto che dal 2013 ha erogato 1,6 milioni di litri. All'inaugurazione ufficiale hanno partecipato fra gli altri l'assessore ai Lavori Pubblici di Bologna Simone Borsari e il direttore di Adriatica Acque e presidente di Coop Alleanza 3.0 Domenico Trombone. La casa dell'acqua di Coop si trova infatti davanti al punto vendita della cooperativa ed eroga acqua naturale (al costo di 5 cent. al litro), acqua frizzante e leggermente frizzante (al costo di 10 cent. al litro). Dal 2013 sono stati erogati 1,2 milioni di litri di acqua naturale e 400mila frizzante, il che ha permesso di risparmiare emissioni di Co2 e produzione di plastica. La stima è di un risparmio di 1,1 milioni di bottiglie in pet pari a 44 tonnellate di plastica, la circolazione di 73 tir ed il consumo di quasi 18mila litri di carburante per il loro spostamento, oltre alla mancata immissione in atmosfera di quasi 200 tonnellate di CO2, connesse alla produzione e al trasporto delle bottiglie in plastica. "La nuova casetta dell'acqua di Corticella - ha osservato l'assessore Borsari - è un segno concreto di come si costruisce una città più sostenibile, più attenta ai bisogni delle persone e più capace di innovare senza perdere il senso della comunità". "Dei vantaggi economici si è già detto, e così di quelli ambientali. Mi preme però ricordare quelli sociali - ha aggiunto Trombone -, particolarmente evidenti in giornate calde come queste: le ondate di calore eccezionali che stiamo vivendo ci ricordano quanto l'accesso all'acqua sia un bisogno essenziale". Riproduzione riservata © Copyright ANSA.

TRC BO

Area Emilia Romagna

Alla Coop di Corticella la nuova Casa dell'acqua (TG delle 19:40)



[CLICCARE SULL'IMMAGINE PER LA RIPRODUZIONE DEL VIDEO] Taglio nastro questa mattina della nuova casetta dell'Acqua di via Gorghi, davanti alla Coop di Corticella. La casetta eroga acqua naturale, frizzante e leggermente frizzante, fresca, permettendo anche di utilizzare meno plastica. Vediamo com'è andata. Questa è la nuova casetta dell'acqua di via Gorghi davanti alla Coppa di Corticella, che sostituisce quella precedente installati nel Duemilatredici. In questi anni anni, ha erogato uno sei milioni di litri di acqua ai clienti e ai soci della cooperativa. L'obiettivo di questa casetta dell'acqua, ovviamente rinfrescare chiunque abbia sete, ma anche promuovere la sostenibilità, ha un significato che va nella nella linea e nelle direttive che Coop Alleanza ha nel proprio nel proprio Dna. Cioè essere vicino all'ambiente, occuparsi di ambiente e, soprattutto fare un servizio per quanto riguarda le comunità. Quindi abbiamo fatto un investimento che è uno dei tanti che facciamo nei confronti delle comunità. Ma soprattutto ci stiamo occupando anche contemporaneamente di quel che l'impatto ambientale, limitando sia lo spreco di acqua, ma soprattutto anche l'utilizzo di plastica. E altri prodotti che sono vicini a quel che il commercio di acqua che si fa anche nei nostri supermercati. Anche a discapito di quel può essere la vendita quotidiana. Certamente questa è una cosa da fare. È possibile utilizzare moneta dal taglio di cinque centesimi a due euro e l'erogatore non dà resto. Quindi se sia la moneta bisogna avere la moneta, diciamo contatta giusta, oppure molto semplicemente con la tessera. Compra una tessera ricaricabile, è sufficiente inserirla nel display. Viene appunto indicato il credito residuo e l'eventuale ricarica si farà direttamente alla Casa dell'Acqua tre tipologie di acqua a disposizione, leggermente gasata, liscia e gasata, e tripla erogazione contemporanea. È sufficiente inserire la bottiglia che noi consigliamo di vetro, perché, appunto, è un contenitore adatto ad essere riutilizzato. È sufficiente premere una volta è l'erogatore erogherà un litro d'acqua. È un atto di collaborazione importante perché è un atto del prendersi cura della città. L'acqua pubblica è un bene, un bene comune, deve essere accessibile a tutti in maniera capillare, in maniera semplice. E quindi il Comune di Bologna ha impegnato, come sapete, anche a moltiplicare i punti di erogazione dell'acqua pubblica. Ed è molto importante che questo tema venga affrontato anche da partner importanti. Qual è?

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Modena

Area Emilia Romagna

Festa dell'Unità di Confine, il programma Quattro serate tra musica e dibattiti politici

San Felice Si comincia a partire da questa sera al Circolo Arci Imperiale di via Ferrino


Ustionato mentre posa la fibra

Festa dell'Unità di Confine, il programma Quattro serate tra musica e dibattiti politici

Quattro giorni di festa Ecco il programma completo San Felice A partire da oggi (e fino a questa domenica) sono in programma quattro serate di dibattiti, spettacoli e buona cucina al Circolo Arci Imperiale di San Felice, con ospiti Stefano Bonaccini, Gian Carlo Muzzarelli, Enza Rando e numerosi amministratori del territorio Dopo il successo del primo fine settimana, la Festa de l'Unità di Confine si prepara a vivere il suo secondo e conclusivo weekend, in programma da oggi a domenica 5 luglio presso il Circolo Arci Imperiale di via Ferrino 635, in località Ponte San Pellegrino, a San Felice.

La manifestazione, promossa dai Circoli del Partito Democratico di San Felice, Finale-Massa, Camposanto e Concordia , propone un ricco calendario di appuntamenti politici, culturali e musicali, affiancati dall'attività del ristorante con cucina tradizionale e gnocco fritto.

Ecco, nel dettaglio, il menù completo di questa quattro giorni Il programma riprenderà questa sera a partire dalle 21 con il concerto del Coro delle Mondine di Novi, realizzato con il sostegno di Coop Alleanza 3.0 e Anpi San Felice e Finale Emilia "Ferruccio".

Domani sarà invece una serata dedicata al cinema.

Alle ore 22 è infatti in programma una speciale iniziativa realizzata in collaborazione con il Circolo Arci Imperiale e il Nuovo Cinema Corso, con la proiezione di un film cult che ha rivoluzionato il linguaggio cinematografico. L'evento è riservato ai soci Arci in possesso della quota di tesseramento estivo. Il momento politico centrale del fine settimana è già fissato per il tardo pomeriggio di domenica. Alle ore 18.30 si terrà il confronto dal titolo "Verso le elezioni politiche, quale alternativa alla destra?", introdotto dal segretario provinciale del Partito democratico Massimo Paradisi. Protagonista dell'incontro sarà l'europarlamentare Stefano Bonaccini, che dialogherà con Anna Baldini, coordinatrice del Partito Democratico della Bassa, sui principali temi dell'attualità politica e sulle prospettive del centrosinistra in vista dei prossimi appuntamenti elettorali. La giornata si concluderà alle ore 21 con il concerto dell'Orchestra Rita Gessi, che chiuderà l'edizione 2026 della manifestazione con una serata di musica da ballo e intrattenimento. La Festa de l'Unità di Confine si conferma così un appuntamento capace di coniugare approfondimento politico, socialità e valorizzazione del territorio, offrendo occasioni di confronto aperto, cultura e convivialità in un contesto ormai consolidato per la Bassa. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)

Area Emilia Romagna

Il fantastico viaggio dei Rulli Frulli Il documentario all'arena Pareschi

Ad accompagnare la proiezione sarà l'esibizione dell'orchestra in versione marching band


Il fantastico viaggio dei Rulli Frulli
Il documentario all'arena Pareschi

Tonino Bosi
"il giardiniere"

FERRARA Stasera l'arena coop alleanza 3.0 al parco Pareschi, organizzata da Arci, dedica al Coopsday una serata a ingresso gratuito con Il faro - Il fantastico viaggio della Banda Rulli Frulli di Gianluca Marcon e Diego Gavioli. Dalle 19 aperitivo offerto; il film inizia alle 21.30. Prima della proiezione vengono presentate le prime 250 sedie acquistate grazie alla campagna di crowdfunding 'Aggiungi un posto al Cinema!

', che prosegue fino al 16 luglio per raccogliere nuove donazioni e completare il rinnovo dell'Arena. Alla serata intervengono Legacoop, Coop Alleanza 3.0 e Arci. Ad accompagnare e presentare il film sarà la stessa Banda Rulli Frulli, in versione marching band.

Il documentario racconta oltre dieci anni di storia della Banda, il gruppo nato nel 2010 a Finale Emilia, nelle terre del modenese colpite dal terremoto, da un'idea di Federico Alberghini. Ragazze e ragazzi di ogni età e abilità suonano strumenti costruiti con materiali di recupero, bidoni, pentole, latte: una formazione arrivata fino a settanta elementi, che ha inciso sei album e ha fatto della musica uno strumento di inclusione, studiato come modello anche all'università. Marcon e Gavioli alternano riprese dal vivo, materiali d'archivio e le animazioni di Michele Bernardi, e lasciano che a parlare siano la banda e la sua musica, suonata dal vivo nel film con strumenti autocostruiti. Premiato dal pubblico al Biografilm Festival, Il faro arriva al parco con i suoi protagonisti.

L'Arena al parco Pareschi è organizzata da Arci Ferrara, con il sostegno di Coop Alleanza 3.0, Legacoop Estense, Assicoop Modena & Ferrara, Cooperativa Castello, Copma, Cpr System, AltraQualità, Cidas, Avis Provinciale e Comunale, Agis e Fice Emilia Romagna, Krifi Torrefazione e Globalambiente, con il patrocinio del Comune, dell'Università e della Regione Emilia-Romagna.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nuova Ferrara

Area Emilia Romagna

Coopsday questa sera al Pareschi

La Banda Rulli Frulli all'Arena, aperitivo e inaugurazione nuove sedie Donazioni Il docufilm


Coopsday questa sera al Pareschi

La Banda Rulli Frulli all'Arena, aperitivo e inaugurazione nuove sedie

Verranno inaugurate le prime sedie acquistate grazie alla campagna di raccolta fondi dal basso attiva fino al 16 Questa sera l'Arena Coop Alleanza 3.0 al parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, dedica al Coopsday una serata a ingresso gratuito con "Il faro - Il fantastico viaggio della Banda Rulli Frulli" di Gianluca Marcon e Diego Gavioli.

Dalle 19 aperitivo offerto; il film inizia alle 21.30 e sarà anticipato dall'intervento musicale della Banda Rulli Frulli in versione marching band. Prima della proiezione vengono presentate le prime 250 sedie acquistate grazie alla campagna di crowdfunding "Aggiungi un posto al Cinema!

", che prosegue fino al 16 luglio per raccogliere nuove donazioni e completare il rinnovo dell'Arena. Alla serata intervengono Legacoop Estense, Coop Alleanza 3. 0 e Arci.

«Il Coopsday - Giornata Internazionale delle Cooperative quest'anno sarà l'occasione per celebrare due anniversari per noi molto importanti - afferma la direttrice di Legacoop Estense Chiara Bertelli - ovvero i 140 anni di Legacoop e i primi 10 anni di Legacoop Estense, nata nel 2016 dalla fusione dei territori di Ferrara e Modena. Questa serata sarà l'occasione per conoscere più da vicino la storia di Rulli Frulli, una realtà che in questi anni ha saputo conquistare il pubblico per la sua autenticità e che pochi mesi fa si è costituita in cooperativa sociale». Il documentario racconta oltre dieci anni di storia della Banda, il gruppo nato nel 2010 a Finale Emilia, nelle terre del modenese colpite dal terremoto, da un'idea di Federico Alberghini.

Ragazze e ragazzi di ogni età e abilità suonano strumenti costruiti con materiali di recupero, bidoni, pentole, latte: una formazione arrivata fino a settanta elementi, che ha inciso sei album e ha fatto della musica uno strumento di inclusione, studiato come modello anche all'università.

Marcon e Gavioli alternano riprese dal vivo, materiali d'archivio e le animazioni di Michele Bernardi, e lasciano che a parlare siano la banda e la sua musica, suonata dal vivo nel film con strumenti autocostruiti.

Premiato dal pubblico al Biografilm Festival, Il faro arriva al Parco con i suoi protagonisti. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Estense

Area Emilia Romagna

Amarga Navidad, l'ultimo Almodóvar, in versione originale all'Arena


Estense

Amarga Navidad, l'ultimo Almodóvar, in versione originale all'Arena

07/02/2026 00:05

Venerdì 3 luglio l'Arena Coop Alleanza 3.0 al Parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, propone Amarga Navidad di Pedro Almodóvar, con Bárbara Lennie e Leonardo Sbaraglia, in programma per Cinema Revolution. Inizio film alle ore 21:30, apertura cancelli alle 20:45. Il ventiquattresimo film di Almodóvar intreccia due storie. In una, Elsa (Bárbara Lennie), regista di spot pubblicitari, si rifugia nel lavoro per non fare i conti con la morte della madre, finché un attacco di panico la costringe a fermarsi e a partire per Lanzarote. Nell'altra, ambientata oggi, Raúl (Leonardo Sbaraglia), regista e sceneggiatore in piena crisi creativa, sta scrivendo proprio quella storia, e per farlo attinge senza pietà ai dolori delle persone che ha vicino. Almodóvar lo ha definito il film in cui è stato più spietato con sé stesso. Sotto la cornice dell'autofiction, Amarga Navidad mette in scena il lutto, il blocco dello scrittore e la domanda che attraversa tutto il film: fino a che punto un autore può usare il dolore degli altri per le proprie storie. Tornano gli elementi che da sempre lo accompagnano, le donne, il rosso, la musica, con una colonna sonora di Alberto Iglesias premiata a Cannes, dove il film è stato presentato in concorso. Nel cast anche Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado e Milena Smit, con un'apparizione di Rossy de Palma. L'Arena al Parco Pareschi è organizzata da Arci Ferrara, con il sostegno di Coop Alleanza 3.0, Legacoop Estense, Assicoop Modena & Ferrara, Cooperativa Castello, Copma, CPR System, AltraQualità, CIDAS, AVIS Provinciale e Comunale, AGIS e FICE Emilia Romagna, Krifi Torrefazione e Globalambiente, con il patrocinio del Comune di Ferrara, dell'Università degli Studi di Ferrara e della Regione Emilia-Romagna

Venerdì 3 luglio l'Arena Coop Alleanza 3.0 al Parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, propone Amarga Navidad di Pedro Almodóvar, con Bárbara Lennie e Leonardo Sbaraglia, in programma per Cinema Revolution. Inizio film alle ore 21:30, apertura cancelli alle 20:45. Il ventiquattresimo film di Almodóvar intreccia due storie. In una, Elsa (Bárbara Lennie), regista di spot pubblicitari, si rifugia nel lavoro per non fare i conti con la morte della madre, finché un attacco di panico la costringe a fermarsi e a partire per Lanzarote. Nell'altra, ambientata oggi, Raúl (Leonardo Sbaraglia), regista e sceneggiatore in piena crisi creativa, sta scrivendo proprio quella storia, e per farlo attinge senza pietà ai dolori delle persone che ha vicino. Almodóvar lo ha definito il film in cui è stato più spietato con sé stesso. Sotto la cornice dell'autofiction, Amarga Navidad mette in scena il lutto, il blocco dello scrittore e la domanda che attraversa tutto il film: fino a che punto un autore può usare il dolore degli altri per le proprie storie. Tornano gli elementi che da sempre lo accompagnano, le donne, il rosso, la musica, con una colonna sonora di Alberto Iglesias premiata a Cannes, dove il film è stato presentato in concorso. Nel cast anche Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado e Milena Smit, con un'apparizione di Rossy de Palma. L'Arena al Parco Pareschi è organizzata da Arci Ferrara, con il sostegno di Coop Alleanza 3.0, Legacoop Estense, Assicoop Modena & Ferrara, Cooperativa Castello, Copma, CPR System, AltraQualità, CIDAS, AVIS Provinciale e Comunale, AGIS e FICE Emilia Romagna, Krifi Torrefazione e Globalambiente, con il patrocinio del Comune di Ferrara, dell'Università degli Studi di Ferrara e della Regione Emilia-Romagna.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

altarimini.it

Area Emilia Romagna

Coop Alleanza 3.0 rilancia "Una cuccia per tutti" a sostegno di canili e gattili

Il 4 e 5 luglio parte delle vendite dei prodotti pet sarà devoluta alle strutture del territorio e a ENPA Nei punti vendita di Coop Alleanza 3.0 torna il progetto "Una cuccia per tutti", la campagna solidale a sostegno di canili, gattili e centri che si occupano di animali abbandonati o in difficoltà. Nelle giornate del 4 e 5 luglio la cooperativa devolverà alle strutture aderenti un contributo proporzionato alle vendite della linea pet "Coop Amici Speciali". All'iniziativa partecipa anche l'e-commerce EasyCoop PetStore, con una donazione destinata a ENPA per progetti di assistenza e tutela degli animali. L'obiettivo è sostenere concretamente le realtà del territorio e promuovere una cultura del rispetto e della cura degli animali, soprattutto nei mesi estivi. Nel 2025 il progetto aveva già permesso di raccogliere oltre 50 mila euro a favore di 52 strutture. In provincia di Rimini a beneficiarne sarà l'Associazione "e l'uomo incontrò il cane" K. Lorenz - Riccione Elenco associazioni regionali.



altarimini.it

Coop Alleanza 3.0 rilancia "Una cuccia per tutti" a sostegno di canili e gattili

07/01/2026 11:44 Grazia Antonioli

Il 4 e 5 luglio parte delle vendite dei prodotti pet sarà devoluta alle strutture del territorio e a ENPA Nei punti vendita di Coop Alleanza 3.0 torna il progetto "Una cuccia per tutti", la campagna solidale a sostegno di canili, gattili e centri che si occupano di animali abbandonati o in difficoltà. Nelle giornate del 4 e 5 luglio la cooperativa devolverà alle strutture aderenti un contributo proporzionato alle vendite della linea pet "Coop Amici Speciali". All'iniziativa partecipa anche l'e-commerce EasyCoop PetStore, con una donazione destinata a ENPA per progetti di assistenza e tutela degli animali. L'obiettivo è sostenere concretamente le realtà del territorio e promuovere una cultura del rispetto e della cura degli animali, soprattutto nei mesi estivi. Nel 2025 il progetto aveva già permesso di raccogliere oltre 50 mila euro a favore di 52 strutture. In provincia di Rimini a beneficiarne sarà l'Associazione "e l'uomo incontrò il cane" K. Lorenz - Riccione Elenco associazioni regionali.

Ansa.it

Area Emilia Romagna

Torna 'una cuccia per tutti' quando la spesa aiuta canili e gattili

Con la spesa per i propri animali il 4 e 5 luglio si potranno anche aiutare i rifugi per animali. Torna infatti 'Una cuccia per tutti' l'iniziativa di Coop Alleanza 3.0 che devolve a canili e gattili una cifra in buoni spesa corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali - dedicata a cani e gatti - realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. L'iniziativa (tutte le informazioni alla sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti) vale anche per gli acquisti sulla piattaforma EasyCoop PetStore e EasyCoop, in questo caso i buoni andranno all' ENPA (Ente Nazionale Protezione Animali). Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore. Riproduzione riservata © Copyright ANSA.


Ansa.it

Torna 'una cuccia per tutti' quando la spesa aiuta canili e gattili

07/01/2026 17:14

Con la spesa per i propri animali il 4 e 5 luglio si potranno anche aiutare i rifugi per animali. Torna infatti 'Una cuccia per tutti' l'iniziativa di Coop Alleanza 3.0 che devolve a canili e gattili una cifra in buoni spesa corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali - dedicata a cani e gatti - realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. L'iniziativa (tutte le informazioni alla sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti) vale anche per gli acquisti sulla piattaforma EasyCoop PetStore e EasyCoop, in questo caso i buoni andranno all' ENPA (Ente Nazionale Protezione Animali). Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore. Riproduzione riservata © Copyright ANSA.

Estense

Area Emilia Romagna

Con "Una cuccia per tutti" Coop Alleanza 3.0 rinnova il suo impegno contro l'abbandono degli animali



Estense

Con "Una cuccia per tutti" Coop Alleanza 3.0 rinnova il suo impegno contro l'abbandono degli animali

07/02/2026 00:04

Nei negozi di Coop Alleanza 3.0, torna il progetto "Una cuccia per tutti", la campagna con cui la Cooperativa rinnova il proprio sostegno a canili, gattili e centri di accoglienza che nei territori in cui opera si prendono cura degli animali abbandonati o in difficoltà. Nelle giornate di sabato 4 e domenica 5 luglio, Coop Alleanza 3.0 devolverà alle strutture territoriali aderenti alla campagna "Una cuccia per tutti" un contributo suddiviso per i Consigli di Zona soci, da elargire in buoni spesa, corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali – dedicata a cani e gatti – realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. Per informazioni è possibile consultare la sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti Anche EasyCoop PetStore, l' e-commerce di Coop Alleanza 3.0 interamente dedicato agli animali domestici, partecipa al progetto "Una cuccia per tutti" con le stesse modalità presenti nei negozi fisici della Cooperativa.: l'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali effettuate il 4 e 5 luglio attraverso il servizio online sarà infatti devoluto a Enpa (Ente Nazionale Protezione Animali). a sostegno dei progetti di assistenza e protezione degli animali abbandonati o in cerca di una nuova famiglia. EasyCoop PetStore copre tutti territori in cui sono presenti i negozi Coop Alleanza 3.0 . " Una cuccia per tutti " conferma l'impegno di Coop Alleanza 3.0 a favore della solidarietà e della responsabilità verso le comunità e i territori in cui è presente. L'abbandono degli animali domestici resta infatti un fenomeno grave, soprattutto nei mesi estivi: un gesto crudele verso gli animali, ma anche un problema che ricade sull'intera collettività, aumentando i rischi per la sicurezza stradale e mettendo sotto pressione canili, gattili e strutture di accoglienza. Per questo la Cooperativa continua a promuovere tra soci e clienti una cultura del rispetto e della cura degli animali, sostenendo concretamente le realtà che ogni giorno si occupano di accogliere, assistere e proteggere cani e gatti in difficoltà.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ParmaDaily.it

Area Emilia Romagna

Con "Una cuccia per tutti" Coop Alleanza 3.0 in campo contro l'abbandono degli animali


ParmaDaily.it

Con "Una cuccia per tutti" Coop Alleanza 3.0 in campo contro l'abbandono degli animali

07/01/2026 18:31 Andrea Marsiletti

Nei negozi di Coop Alleanza 3.0, torna il progetto "Una cuccia per tutti", la campagna con cui la Cooperativa rinnova il proprio sostegno a canili, gattili e centri di accoglienza che nei territori in cui opera si prendono cura degli animali abbandonati o in difficoltà. Nelle giornate di sabato 4 e domenica 5 luglio, Coop Alleanza 3.0 devolverà alle strutture territoriali aderenti alla campagna "Una cuccia per tutti" un contributo suddiviso per i Consigli di Zona soci, da elargire in buoni spesa, corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali – dedicata a cani e gatti – realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. Per informazioni è possibile consultare la sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti Anche EasyCoop PetStore, l' e-commerce di Coop Alleanza 3.0 interamente dedicato agli animali domestici, partecipa al progetto "Una cuccia per tutti" con le stesse modalità presenti nei negozi fisici della Cooperativa.: l'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali effettuate il 4 e 5 luglio attraverso il servizio online sarà infatti devoluto a ENPA (Ente Nazionale Protezione Animali). a sostegno dei progetti di assistenza e protezione degli animali abbandonati o in cerca di una nuova famiglia. EasyCoop PetStore copre tutti territori in cui sono presenti i negozi Coop Alleanza 3.0. "Una cuccia per tutti" conferma l'impegno di Coop Alleanza 3.0 a favore della solidarietà e della responsabilità verso le comunità e i territori in cui è presente. L'abbandono degli animali domestici resta infatti un fenomeno grave, soprattutto nei mesi estivi: un gesto crudele verso gli animali, ma anche un problema che ricade sull'intera collettività, aumentando i rischi per la sicurezza stradale e mettendo sotto pressione canili, gattili e strutture di accoglienza. Per questo la Cooperativa continua a promuovere tra soci e clienti una cultura del rispetto e della cura degli animali, sostenendo concretamente le realtà che ogni giorno si occupano di accogliere, assistere e proteggere cani e gatti in difficoltà. Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Reggionline

Area Emilia Romagna

Coop Alleanza 3.0: torna il progetto 'Una cuccia per tutti'


Reggionline

Coop Alleanza 3.0: torna il progetto 'Una cuccia per tutti'

07/01/2026 13:04

REGGIO EMILIA – Nei negozi di Coop Alleanza 3.0, torna il progetto 'Una cuccia per tutti', la campagna con cui la Cooperativa rinnova il proprio sostegno a canili, gattili e centri di accoglienza che nei territori in cui opera si prendono cura degli animali abbandonati o in difficoltà Nelle giornate di sabato 4 e domenica 5 luglio , Coop Alleanza 3.0 devolverà alle strutture territoriali aderenti alla campagna 'Una cuccia per tutti' un contributo suddiviso per i Consigli di Zona soci , da elargire in buoni spesa, corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali – dedicata a cani e gatti – realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. Nel 2025, grazie a 'Una cuccia per tutti', Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Le realtà reggiane coinvolte: REGGIO EMILIA VAL D'ENZA – Insieme ATDA ODV BASSA/MEDIA REGGIANA – Gente di canile ODV APPENNINO TRESINARO SECCHIA – Insieme ATDA ODV coop alleanza 3.0 animali in difficoltà una cuccia per tutti.

REGGIO EMILIA - Nei negozi di Coop Alleanza 3.0, torna il progetto 'Una cuccia per tutti', la campagna con cui la Cooperativa rinnova il proprio sostegno a canili, gattili e centri di accoglienza che nei territori in cui opera si prendono cura degli animali abbandonati o in difficoltà Nelle giornate di sabato 4 e domenica 5 luglio , Coop Alleanza 3.0 devolverà alle strutture territoriali aderenti alla campagna 'Una cuccia per tutti' un contributo suddiviso per i Consigli di Zona soci , da elargire in buoni spesa, corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali - dedicata a cani e gatti - realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. Nel 2025, grazie a 'Una cuccia per tutti', Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Le realtà reggiane coinvolte: REGGIO EMILIA VAL D'ENZA - Insieme ATDA ODV BASSA/MEDIA REGGIANA - Gente di canile ODV APPENNINO TRESINARO SECCHIA - Insieme ATDA ODV coop alleanza 3.0 animali in difficoltà una cuccia per tutti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

AskaNews.it

Area Emilia Romagna

"Paura non avremo", torna il festival di Dandini L'Eredità delle Donne


AskaNews.it

"Paura non avremo", torna il festival di Dandini L'Eredità delle Donne

07/01/2026 19:32

Dal 20 al 25 novembre tra Bologna, Reggio Emilia e Ravenna La IX edizione si apre con un'importante novità. Grazie alla collaborazione con la Regione Emilia-Romagna, che ha scelto il festival come manifestazione simbolo del proprio impegno per le pari opportunità e contro la violenza di genere, e al supporto di Gucci, partner fondatore, a cui si aggiunge come main partner il Gruppo Hera, il programma debutta su tre nuove città: Bologna, Reggio Emilia e Ravenna. L'obiettivo è fare del festival, ricco come sempre di ospiti italiane e internazionali, un punto di convergenza per le energie, le esperienze e le progettualità di un territorio da sempre particolarmente attivo sui temi dei diritti delle donne, coinvolgendo istituzioni, associazioni e realtà che da anni operano in Emilia-Romagna su questi fronti. A Firenze, luogo dove il festival è nato, tornerà una due giorni dedicata a novità letterarie e presentazioni. "Paura non avremo", il titolo della IX edizione. L'Eredità delle Donne celebra quest'anno il valore, la necessità e l'indomabilità del coraggio femminile e lo fa fin dal titolo, ispirandosi alle parole che abbiamo imparato a conoscere dai versi di Sebben che siamo donne, uno dei canti di protesta e di lotta più famosi. E se da sempre le donne hanno dovuto fare i conti con la paura – la paura della violenza, la paura di non veder rispettati i propri diritti, la paura del sessismo e della misoginia – è altrettanto vero che da sempre a essa reagiscono. È da qui che EDD riparte per affrontare questi temi con un approccio femminista, sollecitando le risposte di ricercatrici, politologhe, economiste, artiste, scienziate capaci di idee rivoluzionarie, di prospettive creative, di punti di vista originali. Cinque giorni di incontri, dibattiti, presentazioni di libri e una grande serata conclusiva condotta da Serena Dandini per celebrare insieme il 25 novembre, la giornata internazionale per l'eliminazione della violenza sulle donne. In un momento storico di grandi cambiamenti e nuovi timori - sono 56 i conflitti oggi in corso, centinaia di migliaia le vittime, oltre 100 milioni le persone costrette a fuggire, mentre si susseguono gli allarmi di una recessione globale - l'Eredità delle Donne fa sue le parole di Teresa Mattei, Madre Costituente: "Aver paura non significa non aver il coraggio di superarla". Un festival che mantiene saldamente la testa nel futuro e il cuore nella storia, vista anche la ricorrenza proprio nel 2026 degli 80 anni del diritto di voto alle donne. L'Eredità delle Donne è un progetto di Elastica, realizzato con il supporto dei main partner Gucci, Gruppo Hera e Regione Emilia-Romagna; con la partnership di Coop Alleanza 3.0 e il contributo di Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna, Fondazione Manodori di Reggio Emilia, Nespresso e Giunti Odeon. In collaborazione con i Comuni di Bologna, Reggio Emilia, Ravenna e Firenze.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Primo Piano 24

Area Emilia Romagna

"Paura non avremo", torna il festival di Dandini L'Eredità delle Donne


Primo Piano 24

"Paura non avremo", torna il festival di Dandini L'Eredità delle Donne

07/01/2026 20:27 Meta Time

Roma, 1 lug. (askanews) – Torna dal 20 al 25 novembre "L'Eredità delle Donne", il festival dedicato all'empowerment e alla valorizzazione delle competenze femminili, con la direzione artistica di Serena Dandini. La IX edizione si apre con un'importante novità. Grazie alla collaborazione con la Regione Emilia-Romagna, che ha scelto il festival come manifestazione simbolo del proprio impegno per le pari opportunità e contro la violenza di genere, e al supporto di Gucci, partner fondatore, a cui si aggiunge come main partner il Gruppo Hera, il programma debutta su tre nuove città: Bologna, Reggio Emilia e Ravenna. L'obiettivo è fare del festival, ricco come sempre di ospiti italiane e internazionali, un punto di convergenza per le energie, le esperienze e le progettualità di un territorio da sempre particolarmente attivo sui temi dei diritti delle donne, coinvolgendo istituzioni, associazioni e realtà che da anni operano in Emilia-Romagna su questi fronti. A Firenze, luogo dove il festival è nato, tornerà una due giorni dedicata a novità letterarie e presentazioni. "Paura non avremo", il titolo della IX edizione. L'Eredità delle Donne celebra quest'anno il valore, la necessità e l'indomabilità del coraggio femminile e lo fa fin dal titolo, ispirandosi alle parole che abbiamo imparato a conoscere dai versi di Sebben che siamo donne, uno dei canti di protesta e di lotta più famosi. E se da sempre le donne hanno dovuto fare i conti con la paura – la paura della violenza, la paura di non veder rispettati i propri diritti, la paura del sessismo e della misoginia – è altrettanto vero che da sempre a essa reagiscono. È da qui che EDD riparte per affrontare questi temi con un approccio femminista, sollecitando le risposte di ricercatrici, politologhe, economiste, artiste, scienziate capaci di idee rivoluzionarie, di prospettive creative, di punti di vista originali. Cinque giorni di incontri, dibattiti, presentazioni di libri e una grande serata conclusiva condotta da Serena Dandini per celebrare insieme il 25 novembre, la giornata internazionale per l'eliminazione della violenza sulle donne. In un momento storico di grandi cambiamenti e nuovi timori - sono 56 i conflitti oggi in corso, centinaia di migliaia le vittime, oltre 100 milioni le persone costrette a fuggire, mentre si susseguono gli allarmi di una recessione globale - l'Eredità delle Donne fa sue le parole di Teresa Mattei, Madre Costituente: "Aver paura non significa non aver il coraggio di superarla". Un festival che mantiene saldamente la testa nel futuro e il cuore nella storia, vista anche la ricorrenza proprio nel 2026 degli 80 anni del diritto di voto alle donne. L'Eredità delle Donne è un progetto di Elastica, realizzato con il supporto dei main partner Gucci, Gruppo Hera e Regione Emilia-Romagna; con la partnership di Coop Alleanza 3.0 e il contributo di Fondazione del Monte di Bologna e Ravenna, Fondazione Manodori di Reggio Emilia, Nespresso e Giunti Odeon. In collaborazione con i Comuni di Bologna, Reggio Emilia, Ravenna e Firenze. ALTRI POST.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Modena2000

Area Emilia Romagna

Gran finale per ModenaBalla: piazza XX Settembre travolta da swing & boogie


Modena2000

Gran finale per ModenaBalla: piazza XX Settembre travolta da swing & boogie

07/01/2026 16:19

La piazza che balla, la città che sorride. Si è chiusa ieri sera con un'esplosione di ritmo e divertimento la rassegna ModenaBalla, la rassegna che nei martedì di giugno ha trasformato piazza XX Settembre in un palcoscenico vibrante di musica e movimento, organizzata dalla società di promozione del Centro Storico Modenamoremio. L'ultima serata, dedicata allo Swing & Boogie e realizzata in collaborazione con la Polisportiva Modena Est, ha richiamato un pubblico numerosissimo, confermando il grande affetto dei modenesi per questa iniziativa. Quattro martedì, quattro atmosfere, quattro modi diversi di vivere il ballo: il Liscio con la Polisportiva Sacca, la General Dancing con la Polisportiva Modena Est, la travolgente Pizzica Pizzica con la Scuol Tarantarte e, infine, lo Swing & Boogie che ha fatto danzare la piazza fino all'ultimo minuto. La rassegna ha dimostrato ancora una volta la forza del ballo come linguaggio universale: ha unito generazioni, portato energia nel centro storico e creato momenti di condivisione che resteranno nella memoria di chi vi ha partecipato. «Siamo davvero orgogliosi del risultato di questa edizione di ModenaBalla. Vedere piazza XX Settembre così viva, partecipata e piena di entusiasmo è la conferma che il ballo sa unire le persone e far riscoprire la bellezza del nostro centro storico. Ringrazio tutte le realtà coinvolte e il pubblico che ha reso speciali queste quattro serate» dichiara la Presidente di Modenamoremio Cinzia Ligabue. ModenaBalla si chiude con un successo che è già una promessa: la città ha voglia di continuare a muoversi, incontrarsi e ballare insieme. La rassegna è patrocinata dal Comune di Modena ed è realizzata grazie al sostegno del marchio Tradizione e Sapori della Camera di Commercio di Modena, di Banco BPM e Coop Alleanza 3.0.

La piazza che balla, la città che sorride. Si è chiusa ieri sera con un'esplosione di ritmo e divertimento la rassegna ModenaBalla, la rassegna che nei martedì di giugno ha trasformato piazza XX Settembre in un palcoscenico vibrante di musica e movimento, organizzata dalla società di promozione del Centro Storico Modenamoremio. L'ultima serata, dedicata allo Swing & Boogie e realizzata in collaborazione con la Polisportiva Modena Est, ha richiamato un pubblico numerosissimo, confermando il grande affetto dei modenesi per questa iniziativa. Quattro martedì, quattro atmosfere, quattro modi diversi di vivere il ballo: il Liscio con la Polisportiva Sacca, la General Dancing con la Polisportiva Modena Est, la travolgente Pizzica Pizzica con la Scuol Tarantarte e, infine, lo Swing & Boogie che ha fatto danzare la piazza fino all'ultimo minuto. La rassegna ha dimostrato ancora una volta la forza del ballo come linguaggio universale: ha unito generazioni, portato energia nel centro storico e creato momenti di condivisione che resteranno nella memoria di chi vi ha partecipato. «Siamo davvero orgogliosi del risultato di questa edizione di ModenaBalla. Vedere piazza XX Settembre così viva, partecipata e piena di entusiasmo è la conferma che il ballo sa unire le persone e far riscoprire la bellezza del nostro centro storico. Ringrazio tutte le realtà coinvolte e il pubblico che ha reso speciali queste quattro serate» dichiara la Presidente di Modenamoremio Cinzia Ligabue. ModenaBalla si chiude con un successo che è già una promessa: la città ha voglia di continuare a muoversi, incontrarsi e ballare insieme. La rassegna è patrocinata dal Comune di Modena ed è realizzata grazie al sostegno del marchio Tradizione e Sapori della Camera di Commercio di Modena, di Banco BPM e Coop Alleanza 3.0.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Reggio2000

Area Emilia Romagna

Gran finale per ModenaBalla: piazza XX Settembre travolta da swing & boogie



Reggio2000

Gran finale per ModenaBalla: piazza XX Settembre travolta da swing & boogie

07/01/2026 16:20

La serata conclusiva ha richiamato un pubblico numerosissimo e ha coronato una rassegna che per tutto giugno ha trasformato la piazza in una grande pista da ballo a cielo aperto La piazza che balla, la città che sorride. Si è chiusa ieri sera con un'esplosione di ritmo e divertimento la rassegna ModenaBalla, la rassegna che nei martedì di giugno ha trasformato piazza XX Settembre in un palcoscenico vibrante di musica e movimento, organizzata dalla società di promozione del Centro Storico Modenamoremio. L'ultima serata, dedicata allo Swing & Boogie e realizzata in collaborazione con la Polisportiva Modena Est, ha richiamato un pubblico numerosissimo, confermando il grande affetto dei modenesi per questa iniziativa. Quattro martedì, quattro atmosfere, quattro modi diversi di vivere il ballo: il Liscio con la Polisportiva Sacca, la General Dancing con la Polisportiva Modena Est, la travolgente Pizzica Pizzica con la Scuol Tarantarte e, infine, lo Swing & Boogie che ha fatto danzare la piazza fino all'ultimo minuto. La rassegna ha dimostrato ancora una volta la forza del ballo come linguaggio universale: ha unito generazioni, portato energia nel centro storico e creato momenti di condivisione che resteranno nella memoria di chi vi ha partecipato. «Siamo davvero orgogliosi del risultato di questa edizione di ModenaBalla. Vedere piazza XX Settembre così viva, partecipata e piena di entusiasmo è la conferma che il ballo sa unire le persone e far riscoprire la bellezza del nostro centro storico. Ringrazio tutte le realtà coinvolte e il pubblico che ha reso speciali queste quattro serate» dichiara la Presidente di Modenamoremio Cinzia Ligabue. ModenaBalla si chiude con un successo che è già una promessa: la città ha voglia di continuare a muoversi, incontrarsi e ballare insieme. La rassegna è patrocinata dal Comune di Modena ed è realizzata grazie al sostegno del marchio Tradizione e Sapori della Camera di Commercio di Modena, di Banco BPM e Coop Alleanza 3.0.

La serata conclusiva ha richiamato un pubblico numerosissimo e ha coronato una rassegna che per tutto giugno ha trasformato la piazza in una grande pista da ballo a cielo aperto La piazza che balla, la città che sorride. Si è chiusa ieri sera con un'esplosione di ritmo e divertimento la rassegna ModenaBalla, la rassegna che nei martedì di giugno ha trasformato piazza XX Settembre in un palcoscenico vibrante di musica e movimento, organizzata dalla società di promozione del Centro Storico Modenamoremio. L'ultima serata, dedicata allo Swing & Boogie e realizzata in collaborazione con la Polisportiva Modena Est, ha richiamato un pubblico numerosissimo, confermando il grande affetto dei modenesi per questa iniziativa. Quattro martedì, quattro atmosfere, quattro modi diversi di vivere il ballo: il Liscio con la Polisportiva Sacca, la General Dancing con la Polisportiva Modena Est, la travolgente Pizzica Pizzica con la Scuol Tarantarte e, infine, lo Swing & Boogie che ha fatto danzare la piazza fino all'ultimo minuto. La rassegna ha dimostrato ancora una volta la forza del ballo come linguaggio universale: ha unito generazioni, portato energia nel centro storico e creato momenti di condivisione che resteranno nella memoria di chi vi ha partecipato. «Siamo davvero orgogliosi del risultato di questa edizione di ModenaBalla. Vedere piazza XX Settembre così viva, partecipata e piena di entusiasmo è la conferma che il ballo sa unire le persone e far riscoprire la bellezza del nostro centro storico. Ringrazio tutte le realtà coinvolte e il pubblico che ha reso speciali queste quattro serate» dichiara la Presidente di Modenamoremio Cinzia Ligabue. ModenaBalla si chiude con un successo che è già una promessa: la città ha voglia di continuare a muoversi, incontrarsi e ballare insieme. La rassegna è patrocinata dal Comune di Modena ed è realizzata grazie al sostegno del marchio Tradizione e Sapori della Camera di Commercio di Modena, di Banco BPM e Coop Alleanza 3.0.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Parma Today

Area Emilia Romagna

Magazzino Kamila, il presidente di Coop Alleanza 3.0: "Lasciamo gestire la vicenda al fornitore"

Lasciamo gestire al fornitore la vicenda". Così il presidente di Coop Alleanza 3.0, Domenico Trombone, commenta la vicenda del magazzino Kamila di Parma, chiuso dopo che il colosso della grande distribuzione ha deciso di trasferire le attività nel magazzino di Anzola dell'Emilia. "Noi abbiamo un contratto che è scaduto da tempo, era una vicenda nota. Sappiamo che c'è una vertenza in corso, sappiamo che se ne stanno occupando gli enti preposti, con in prima fila la Regione. Capiamo le problematiche che portano queste decisioni, ma non è una decisione che è stata presa oggi, era stata già pronunciata da tempo all'inizio del contratto con il nostro fornitore", spiega Trombone a margine dell'inaugurazione della nuova casetta dell'acqua alla Coop di piazza Gorki a Bologna. (Agenzia Dire).


Parma Today

Magazzino Kamila, il presidente di Coop Alleanza 3.0: "Lasciamo gestire la vicenda al fornitore"

07/01/2026 18:01

Lasciamo gestire al fornitore la vicenda". Così il presidente di Coop Alleanza 3.0, Domenico Trombone, commenta la vicenda del magazzino Kamila di Parma, chiuso dopo che il colosso della grande distribuzione ha deciso di trasferire le attività nel magazzino di Anzola dell'Emilia. "Noi abbiamo un contratto che è scaduto da tempo, era una vicenda nota. Sappiamo che c'è una vertenza in corso, sappiamo che se ne stanno occupando gli enti preposti, con in prima fila la Regione. Capiamo le problematiche che portano queste decisioni, ma non è una decisione che è stata presa oggi, era stata già pronunciata da tempo all'inizio del contratto con il nostro fornitore", spiega Trombone a margine dell'inaugurazione della nuova casetta dell'acqua alla Coop di piazza Gorki a Bologna. (Agenzia Dire).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

NewsCinecitta

Area Emilia Romagna

L'universo Varda in mostra a Bologna


NewsCinecitta

L'universo Varda in mostra a Bologna

07/01/2026 09:52

La mostra "Viva Varda! Il cinema è donna" rimane aperta fino al 10 gennaio 2027 presso la Galleria del Cinema Modernissimo a Bologna. A cura di Florence Tissot con la direzione artistica di Rosalie Varda , la figlia di Agnès e del regista Jacques Demy . Prodotta dalla Cineteca di Bologna assieme alla Cinémathèque Française, con il sostegno di Comune di Bologna, Regione Emilia-Romagna, Ministero della Cultura, e in collaborazione con Ciné-Tamaris, la storica compagnia di produzione della Varda con sede a Parigi in rue Daguerre. Sponsor: Gruppo Hera, Selenella, Coop Alleanza 3.0. Attraverso l'affascinante percorso della mostra si possono ammirare innumerevoli filmati, fotografie, installazioni, cimeli e costumi che testimoniano la poliedrica creatività dell'artista di origine belga. Tra le icone immortali: i compagni della Nouvelle Vague, Jacques Demy, Jean Vilar, Philippe Noiret, Fidel Castro, Jim Morrison, Jane Birkin, Catherine Deneuve, Marcello Mastroianni, Federico Fellini, Luchino Visconti, Madonna, Jean-Luc Godard e i gatti amatissimi. Una sezione è dedicata al rapporto tra Agnès Varda e le immagini: l'autoritratto, la fotografia, la pittura, oltre al gusto per gli accostamenti surrealisti. Un'altra sezione, alla scrittura per il cinema, in particolare alla creazione di personaggi femminili innovativi e sorprendenti. Un'altra ancora alle dimensioni sociali e nomadi delle sue pellicole, al gusto di documentare il mondo, gli sconvolgimenti politici e i mutamenti culturali. In una sala viene illustrat o lo stretto rapporto tra Agnès Varda e l'Italia. Nella introduzione all'illustratissimo catalogo, Laure Adler scrive: "Agnès Varda era così: rivolta verso la luce, affascinata dall'osservazione del reale, vitale, energica, solare, e nei momenti difficili - che pure ci furono - riusciva a concentrare tutte le sue energie per rialzarsi con rinnovato slancio. Agnès ha parlato molto del suo lavoro. Agnès ha molto scritto di sé. Ha molto filmato se stessa. Con tale rigore, sincerità e generosità da scoraggiare qualsiasi tentativo di biografia. Sospetto anzi che abbia deliberatamente costruito il racconto della propria vita per custodirne lei stessa le chiavi. Sì, ma il tempo è passato, e dopo la sua scomparsa il modo di guardare ad Agnès è cambiato. Le nuove generazioni la riscoprono in tutto il mondo. All'estero si moltiplicano gli omaggi e le mostre a lei dedicate. Da Los Angeles alla Cina, passando per Berlino, Varda vive e rivive su tre fronti: regista, fotografa, artista. La polifonia della sua opera emerge ora sotto una luce brillante e modernista. Negli ultimi decenni era soprattutto Varda la regista a occupare la scena, e a buon diritto. Ma non bisogna dimenticare le altre discipline in cui ha creato, inventato forme e modalità di narrazione. Perché Varda, a lungo considerata la nonna simpatica e paffuta della Nouvelle Vague, è stata in realtà una precorritrice, una teorica, un'artista radicale. Varda amava la metamorfosi, l'ibridazione, la sperimentazione". 01 Luglio 2026 "Viva Varda! Il cinema è donna",

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

la mostra monografica a Bologna.

TeleReggio

Area Emilia Romagna

'La bellezza di essere me' uno spazio dedicato al beauty (Buongiorno Reggio delle 09:20)



[CLICCARE SULL'IMMAGINE PER LA RIPRODUZIONE DEL VIDEO] Adesso parliamo di bellezza, perché nei punti vendita di Coop c'è un nuovo spazio che si chiama la bellezza di essere me uno spazio. Più che ne parliamo con Giulia Pippa, di Coop Alleanza Tre Zero, in particolare, in particolare il direttore marketing dell'Offerta Carta Buongiorno e Benvenuta. Giorno Grazie, sei il progetto La bellezza di essere me. Cosa sono questi nuovi spazio? se questi nuovi spazi racchiudono, diciamo la nostra nuova offerta di Gutiérrez. È possibile trovare prodotti per la bellezza, prodotti per l'igiene personale, ma anche i prodotti per il benessere. Infatti, diciamo che il nostro concetto di bellezza è un po' un mix tra quella che può essere una bellezza interiore e la bellezza esteriore. E con il nome La bellezza di essere mea, abbiamo voluto proprio un po' celebrare l'unicità della bellezza, quindi, come ognuno di noi, poi ha un proprio concetto effettivamente di bellezza unica. Ecco, tra l'altro, questi spazi, che appunto, sono allestiti in diversi punti vendita alcuni punti vendita. Gianni si spazia, altri lo avrà, li avranno in futuro a Reggio Emilia. C'è già questo spazio all'Ipercoop ariosto, è vero, si esatto, abbiamo aperto e ci sta dando grandissime soddisfazioni. E se c'è stato un grandissimo gradimento, sia dei clienti che dei soci e del del negozio di Ariosto all'interno di quel sistema. Grazie, tra l'altro, oltre che avere un'offerta molto ampia e profonda di prodotti, comunque un'offerta molto rinnovata. Organizziamo spesso anche degli eventi. Quindi dov'è possibile partecipare, avere delle consulenze gratuite piuttosto che alcuni servizi, come i servizi di parrucchiere, per far conoscere i prodotti che che abbiamo all'interno è in realtà su Reggio Emilia andremo ad aprire un nuovo spazio Bevuti negli Ipercoop di Baragalla. Direi, diciamo ad ottobre. quindi, insomma, c'è questa novità. La possibilità, anche per chi frequenta, in particolare quello spazio, di trovare, appunto trovare questo spazio, è dedicato anche all'Ipercoop Baragalla. Ecco, poi, dicevamo ci sono tanti prodotti Pd e in particolare questo è il momento dell'estate. Quindi, quali prodotti più legati all'estate si possono trovare in questi vostri spazi? in questo periodo abbiamo esploso il nostro assortimento di solari e con tutti i vari trend che in questo momento ci sono. Ma più che trend, diciamo che il primo concetto è quello di trasmettere un po l'esigenza proprio della protezione solare, quindi riapplicarla spesso. Questo, infatti, poi lo trasmettiamo anche attraverso, appunto, le consulenze. Poi che facciamo? E e, oltre alla protezione solare, la protezione della pelle, un ampio assortimento che si può trovare all'interno dello spazio. Bevuti anche per tutta la protezione del Del Capello, quindi tutta la parte di protezione dalla salsedine eccetera. Quindi sicuramente quest'anno no. Rispetto allo scorso anno, nel punto vendita di ariosto potrete trovare un assortimento molto più ampio di tutti questi prodotti. Diciamo che per chi già frequenta l'Ariosto uno spazio di questo tipo era già presente. Ma

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

TeleReggio

Area Emilia Romagna



ciò che state facendo avete fatto e riorganizzarlo e dare anche maggiore spazio ad alcuni prodotti. È vero, sì, è esatto, diciamo che il concetto è quello di avere un'Unione. tutta la parte di parafarmacia, quindi l'assortimento un po' più specifico. E la parte invece più mass market, che si vanno in qualche modo ad unire e a completare in più. Abbiamo incrementato proprio il numero di prodotti che è possibile trovare, quindi andando a prendere anche alcune specificità che prima non avevamo. Ecco, poi, ovviamente ci seguono anche telespettatori affezionati fuori dalla provincia di Reggio Emilia. E ci sono questi spazi vuoti anche in altri punti vendita nelle Regioni, nelle province vicine. Vero, assolutamente, diciamo che in realtà in questo momento noi andiamo da Trieste fino a Lecce, uno l'ultimo che abbiamo inaugurato a Lecce, per cui in realtà ne abbiamo. In questo momento siamo a venticinque e arriveremo entro fine anno a quarantacinque negozi che avranno Sibiu, quindi tendenzialmente gli ipermercati e anche alcuni Super Story dove stiamo sviluppando questo questo tipo di progetto? E anche per insomma, c'è sempre giustamente maggiore attenzione da parte dei consumatori, donne e uomini su questo aspetto del benessere vero. Anche perché, tra l'altro, poi, in quella in quello spazio ci sono gli integratori, un po' tanti prodotti che adesso siamo più abituati ad utilizzare. Sì, esatto. E infatti diciamo che anche parlando proprio di protezione solare di tutta la parte, in generale per affari aumentare la stagione estiva. In realtà quello che è consigliato poi è una una routine completa. Quindi proprio all'interno dello spazio c'è sia. Ci sono sia prodotti per alimento salutistico, integratori per il benessere, appunto, interiore, quindi, in cui si lavora dall'interno. No. Jessie invece, poi prodotti che sono per più per la bellezza esteriore, quindi prodotti appunto di skincare piuttosto che per la cura esterna. entra l'altro. Dobbiamo anche ricordare che ci sono validissimi prodotti a marchio Coppa, anche proprio sia per quanto riguarda i solari, ma non soltanto. Assolutamente. Diciamo che poi quest'anno e o comunque ogni anno è il prodotto a marchio. Coop ha lanciato una serie di linee nuove e in particolare tutta la parte di Oop, ma anche tutta la linea di Chiringuito in quest'anno quest'anno si è molto rinnovata, appunto, cavalcando anche alcuni dei trend nuovi, come ad esempio tutta la parte di protezione. Possiamo spiegare cos'è chiringuito se siringa una live. È una linea di prodotto di pronto a marchio Coop. Diciamo giovane che in particolare prende tutta la parte del Del Del Capello. E dove, sostanzialmente, della cura del capello della pelle. E in cui ci sono prodotti che sono tendenzialmente con a base di frutta, con delle profumazioni che danno. Sono per un target tendenzialmente giovane, molto adatte. Comunque all'estate, allora c'è una telespettatrice che chiede se c'è. Ci sono anche i prodotti per i bambini dai solari. sì, assolutamente sì. Ci sono anche prodotti per i bambini, perché all'interno c'è tutta la parte, anche di Parafarmacia, con in particolare sulla parte bambini, ci sono prodotti specifici di parafarmaci. È quindi assolutamente, la risposta è sì, si senta. Tra l'altro voi state portando avanti anche questi temi. Proprio nei luoghi di vacanza c'è un tour Summer. È vero, sì, esatto, se stiamo. Abbiamo finito le tappe della Notte Rosa Cattolica e ieri di Marina di Ravenna, dove abbiamo partecipato a un campionato di beach volley, diciamo quindi affiancava nel campionato di beach volley. E adesso

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

TeleReggio

Area Emilia Romagna



ci spostiamo oggi a Chioggia faremo i lidi ferraresi e poi vediamoci della vostra campagna. Questa è l'immagine della nostra cosa succederà per chi è in questi luoghi di vacanza? Cosa vi trova con un vostro corner? In forma esatto? Praticamente se l'idea è quella di far conoscere fatto proprio, ci sono questi spazi vuoti alle in tutta lì, in tutta Italia. Sostanzialmente in molti negozi, diciamo Copy e far vedere che tipologia di prodotti si possono trovare. Quindi c'è tutta una parte in cui si possono trovare prodotti a marchio Coop, quindi c'è tutta la linea chiringuito. E io che ci sono delle persone che proprio spiegano il prodotto e lo fanno provare. E più altre tipologie di prodotti, anche di brand, di altri di altri fornitori. Inoltre, è possibile giocare a partecipare a dei Giochi e ricevere dei gadget brandizzati. Proprio sulla bellezza di essere me. È un'iniziativa che è piaciuta, piace molto, diciamo quindi possibile sul sito puoi trovare le tappe che faremo. Le date sono luoghi di villeggiatura. Può, insomma, abbiamo visto queste immagini proprio di questo vostro tour. Allora il sito ve, lo faccio vedere, ci sono tutte eccole qui le date e poi sul sito. C'è anche una parte della bellezza di essere me on line. Esatto trovare online. Allora diciamo che il quello che abbiamo all'interno del negozio è possibile trovarlo anche su sui si copy. Quindi sostanzialmente c'è una sezione dedicata alla bellezza di essere me dove è possibile trovare, appunto dei tutto l'assortimento che abbiamo, tutti i prodotti esatto che abbiamo ne negozia con Quindi, insomma, per avere la bellezza casa verrebbe da pensare per averla a casa, ad approfondire, a scuriosare, anche sa perché perché ci sono delle tendenze dei nuovi prodotti. Insomma, parlando con voi, ci mettete anche spiegato che ci sono i prodotti, per esempio correani. È vero, c'è una grande attenzione, soprattutto dei più giovani. Verso la Corea ci sono i prodotti in Corea. se diciamo che adesso tutta quella assolutamente da tutta la Skin care coreana. Ma ci stiamo evolvendo anche su logiche di routine più brevi perché spesso nuovi trend, oltre alla Coreana, e sono trendy che stiamo prevede, prevede tantissimi. Stephen, diciamo per la bla. La cura del viso, in realtà adesso e ha alcuni trend. Sono proprio invece di ridurre e per il tempo esatto della routine e quindi fare in modo di avere meno step. Ho quindi comunque diciamo che noi l'idea è quella propria di cercare di cavalcare tutti i nuovi trend. Tant'è vero che all'interno dei negozi è possibile trovare anche prodotti virali, quindi noi cerchiamo di prendere anche quelli che moda sui so esattamente se. Quindi, dicevamo, è possibile trovare anche questi questi prodotti che periodicamente variano piuttosto che dei prodotti che consiglia co-op quindi noi mensilmente definiamo alcuni prodotti che sono quattro prodotti di base c'è solitamente un prodotto a marchio coop ma ci sono anche prodotti diciamo di altri brand che sono diciamo corretti per quella stagionalità e che secondo noi danno un beneficio Insomma, che ci sentiamo di consigliare ai nostri clienti, ai nostri soci, i prodotti dove li troviamo indicati. E c'è una, c'è una sezione all'interno del negozio proprio dedicata in cui viene definito, viene segnalato il beneficio che a quel prodotto il perché ci sentiamo di consigliarlo. tra l'altro, come abbiamo visto, come vediamo, anche da queste immagini ci sono anche degli sconti, quelli non mancano mai no, che proprio scelte da Coop per favorire i soci e non solo. I soci ci consentono anche di avere dei prodotti ottimi, però ha dei costi che sono

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

TeleReggio

Area Emilia Romagna

stati livelli. Diciamo che in questo in questo spazio, comunque, facciamo diverse promozioni, chiaramente molte. Adesso quelle che sono state inquadrate sono proposito solari. Quindi molte sono idonee alla stagionalità e quindi per i prodotti che servono in quel momento, certo. E poi facciamo molte promozioni che sono per micro stagionalità. Esempio la festa della mamma, la festa del papà. Il insomma, che possono dare uno spunto anche allargato per un regalo esatto che somma, quindi, insomma, andate a curiosare. Anche in questo spazio ci sono tante opportunità per essere più belli. Insomma, poi lei sta in estate, tutti più attenti. Abbiamo anche più tempo nota alla nostra serie, quindi approfittiamone grazie mille per essere stata con grazie a presto.



Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Mantova

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Consorzio agrituristico

Ventesima edizione per il concorso Campagne


Economia

L'acqua arriva con la App
Debutta la paratoia smart

Confagri: «Il piano ripristino della natura nuoce alle aziende»

«Siccità prolungata, ma i fiumi tengono»

Ventesima edizione per il concorso Campagne

Ventesima edizione per il concorso fotografico "Campagne - Il respiro dello spazio rurale", promosso dal Consorzio agrituristico mantovano in collaborazione con Coop Alleanza 3.0, Touring club italiano, Fai, Anbi Lombardia, Eco museo della risaia, dei fiumi, del paesaggio rurale mantovano. Le fotografie dovranno raffigurare i paesaggi, la stagionalità e i mutamenti meteorologici, la crisi climatica, gli animali, l'edilizia rurale e religiosa, manufatti idraulici, il lavoro agricolo, la biodiversità, mercati contadini, feste popolari, la vita in agriturismo. Le foto, fino a un massimo di cinque, dovranno essere in formato jpeg ed avere una dimensione minima di 3 MB e massima di 5 MB. Potranno essere mandate in formato digitale, caricandole in una sezione del sito consorzioagrituristicomantovano.it. Il termine della consegna è fissato per il 30 ottobre. Le fotografie finaliste saranno premiate l'11 novembre.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Voce di Mantova

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

CONSORZIO AGRITURISTICO

Torna "Campagne": il concorso fotografico che racconta il paesaggio rurale


12 | la Voce di Mantova — MANTOVA — Giovedì 2 ottobre 2025

Sicurezza, Rebecchi: "Centrodestra fermo"

Confagricoltura critica il Piano di Ripristino della Natura

Torna "Campagne": il concorso fotografico che racconta il paesaggio rurale

MANTOVA Torna il concorso fotografico "Campagne - Il respiro dello spazio rurale", promosso dal Consorzio agrituristico mantovano, in collaborazione con Coop Alleanza 3.0, Touring club italiano - club di territorio di Mantova, Delegazione Fai (Fondo ambiente italiano) di Mantova, Anbi Lombardia, Eco museo della risaia, dei fiumi, del paesaggio rurale mantovano.

La manifestazione, giunta alla XX edizione, racconta, attraverso immagini reali, la vita di campagna, le trasformazioni intervenute nel lavoro agricolo e nello spazio rurale.

Più precisamente, le fotografie dovranno raffigurare i paesaggi agrari, la stagionalità ed i mutamenti meteorologici, la crisi climatica, gli animali della corte, l'architettura e l'edilizia rurale e religiosa, manufatti idraulici, il lavoro agricolo, la biodiversità, mercati contadini, feste popolari, la vita in agriturismo, delle campagne di Mantova.

Le foto, da un minimo di una ad un massimo di cinque, dovranno essere in formato jpeg ed avere una dimensione minima di 3 MB e massima di 5 MB. Potranno essere mandate in formato digitale, caricandole in una sezione apposita del sito www.consorzioagrituristicomantovano.it, unitamente alla compilazione di un apposito form di iscrizione al Concorso o essere consegnate, già stampate, direttamente presso la sede del Consorzio. Il termine della consegna è fissato per venerdì 30 ottobre 2026.

La giuria selezionerà le fotografie finaliste che saranno premiate mercoledì 11 novembre, in occasione della giornata di San Martino, presso l'agriturismo Costavecchia di Ghisiolo. Sono previsti importanti premi per le prime 10 fotografie selezionate.

Il regolamento e la scheda di iscrizione si trovano sul sito www.consorzioagrituristicomantovano.it, presso i mercati contadini di Mantova, a Borgochiesanuova e sul Lungorio o presso l'ufficio informazione e accoglienza turistica (Iat) di Mantova. La partecipazione è gratuita. Il materiale fotografico raccolto andrà a costituire la memoria storica dell'archivio fotografico "Campagne", a disposizione di coloro che intendono conoscere, per immagini, l'evoluzione sociale delle campagne mantovane in quest'ultimo ventennio. La fotografia, infatti, ha il potere di fermare il tempo, di narrare storie e di custodire la memoria di un mondo in continua trasformazione. L'archivio del concorso fotografico "Campagne" presenta già 3.150 fotografie che testimoniano come sono cambiati il lavoro agricolo e lo spazio rurale.

Un grande patrimonio sulle trasformazioni intervenute nel lavoro agricolo e nello spazio rurale che ha concorso a promuovere il cibo contadino ed a contrastare il consumo del suolo.

Per ulteriori informazioni sul concorso, è possibile contattare il Consorzio agrituristico mantovano, strada Chiesanuova, n° 8, tel.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

0376324889, (Michela Bastoni), indirizzo e mail progetti@agriturismomantova.it, oppure telefonando al 3292127504.

Alto Mantovano News

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Consorzio Agrituristico Mantovano, tutto pronto per la ventesima edizione del concorso fotografico


Alto Mantovano News

Consorzio Agrituristico Mantovano, tutto pronto per la ventesima edizione del concorso fotografico

07/01/2026 16:03

MANTOVA – Tutto pronto per la ventesima edizione del concorso fotografico a tema organizzato dal Consorzio Agrituristico Mantovano. "Campagne – Il respiro dello spazio rurale", questo è il titolo del contest in collaborazione con Coop Alleanza 3.0, Touring club italiano – club di territorio di Mantova, Delegazione Fai-Fondo ambiente italiano di Mantova, Anbi Lombardia, Eco museo della risaia, dei fiumi, del paesaggio rurale mantovano. La manifestazione racconta, attraverso immagini reali, la vita di campagna, le trasformazioni intervenute nel lavoro agricolo e nello spazio rurale. Più precisamente, stando al regolamento, le fotografie dovranno raffigurare i paesaggi agrari, la stagionalità ed i mutamenti meteorologici, la crisi climatica, gli animali della corte, l'architettura e l'edilizia rurale e religiosa, manufatti idraulici, il lavoro agricolo, la biodiversità, mercati contadini, feste popolari, la vita in agriturismo, delle campagne di Mantova. Gli scatti, da un minimo di una ad un massimo di cinque, dovranno essere in formato jpeg ed avere una dimensione minima di 3 MB e massima di 5 MB. Potranno essere mandate in formato digitale, caricandole in una sezione apposita del sito www.consorzioagrituristicomantovano.it, unitamente alla compilazione di un apposito form di iscrizione al concorso o essere consegnate, già stampate, direttamente presso la sede del Consorzio. Il termine per la partecipazione è fissato per venerdì 30 ottobre 2026. La giuria selezionerà le fotografie finaliste che saranno premiate mercoledì 11 novembre, in occasione della giornata di San Martino, presso l'agriturismo Costavecchia di Ghisiolo. Sono previsti importanti premi per le prime 10 fotografie selezionate. Il regolamento e la scheda di iscrizione si trovano sul sito www.consorzioagrituristicomantovano.it, presso i mercati contadini di Mantova, a Borgochiesanuova e sul Lungorio o presso l'ufficio informazione e accoglienza turistica (Iat) di Mantova. La partecipazione è gratuita. Il materiale fotografico

MANTOVA - Tutto pronto per la ventesima edizione del concorso fotografico a tema organizzato dal Consorzio Agrituristico Mantovano. "Campagne - Il respiro dello spazio rurale", questo è il titolo del contest in collaborazione con Coop Alleanza 3.0, Touring club italiano - club di territorio di Mantova, Delegazione Fai-Fondo ambiente italiano di Mantova, Anbi Lombardia, Eco museo della risaia, dei fiumi, del paesaggio rurale mantovano. La manifestazione racconta, attraverso immagini reali, la vita di campagna, le trasformazioni intervenute nel lavoro agricolo e nello spazio rurale. Più precisamente, stando al regolamento, le fotografie dovranno raffigurare i paesaggi agrari, la stagionalità ed i mutamenti meteorologici, la crisi climatica, gli animali della corte, l'architettura e l'edilizia rurale e religiosa, manufatti idraulici, il lavoro agricolo, la biodiversità, mercati contadini, feste popolari, la vita in agriturismo, delle campagne di Mantova. Gli scatti, da un minimo di una ad un massimo di cinque, dovranno essere in formato jpeg ed avere una dimensione minima di 3 MB e massima di 5 MB. Potranno essere mandate in formato digitale, caricandole in una sezione apposita del sito www.consorzioagrituristicomantovano.it, unitamente alla compilazione di un apposito form di iscrizione al concorso o essere consegnate, già stampate, direttamente presso la sede del Consorzio. Il termine per la partecipazione è fissato per venerdì 30 ottobre 2026. La giuria selezionerà le fotografie finaliste che saranno premiate mercoledì 11 novembre, in occasione della giornata di San Martino, presso l'agriturismo Costavecchia di Ghisiolo. Sono previsti importanti premi per le prime 10 fotografie selezionate. Il regolamento e la scheda di iscrizione si trovano sul sito www.consorzioagrituristicomantovano.it, presso i mercati contadini di Mantova, a Borgochiesanuova e sul Lungorio o presso l'ufficio informazione e accoglienza turistica (Iat) di Mantova. La partecipazione è gratuita. Il materiale fotografico raccolto andrà a costituire la memoria storica dell'archivio fotografico "Campagne", a disposizione di coloro che intendono conoscere, per immagini, l'evoluzione sociale delle campagne mantovane in quest'ultimo ventennio. L'archivio del concorso fotografico "Campagne" presenta già 3.150 fotografie che testimoniano come sono cambiati il lavoro agricolo e lo spazio rurale. Per ulteriori informazioni: 0376/324889, (Michela Bastoni), progetti@agriturismomantova.it, oppure telefonando al 329/2127504.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Piccolo (ed. Gorizia)

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Gli eventi nell'Isontino

Aiuti agli animali abbandonati


Giorno & Notte

Gli eventi nell'isontino

Aiuti agli animali abbandonati

Città-fabbrica: un viaggio da diecimila passi di salute

Arte, moda, design e creatività nell'Italia degli anni Settanta

Il Tocs di Cormòns - Zampette Cormonesi partecipa a "Una cuccia per tutti", l'iniziativa di Coop Alleanza 3.0, che rinnova il suo impegno contro l'abbandono degli animali.

Appuntamento sabato e domenica nei punti vendita e su EasyCoop PetStore, per «un contributo concreto alle realtà territoriali impegnate nella cura degli animali abbandonati e in difficoltà». Coop devolverà alle strutture aderenti un contributo sotto forma di buoni spesa, corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea "Coop Amici Speciali". Info: all.coop/unacucciapertutti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Cento posti al Villalta e De Toni non recede sul piano della sosta

Inaugurata la nuova struttura sotterranea al piano interrato dell'ex Dormisch Incontro in maggioranza per trovare una soluzione sul sistema dei parcheggi «Vorremmo tenere le tariffe ferme la prima ora aumentandole in quelle dopo»

MATTIA PERTOLDI


Udine

Cento posti al Villalta e De Toni non recede sul piano della sosta

mattia pertoldi Le strategie La prima automobile, una volta tagliato il nastro allo Spazio Villalta, ha superato la sbarra della struttura al piano sotterraneo dell'ex Dormisch poco dopo le 11.30. L'ora esatta, quella, in cui il nuovo parcheggio da 103 posti - oltre ai 30 riservati a visitatori e personale dell'Its Academy - è stata messa ufficialmente a disposizione della cittadinanza. Un nuovo passo avanti, in poche parole, verso l'ampliamento degli spazi di parcheggio a Udine, ma anche nei confronti di quel piano della sosta che Alberto Felice De Toni vuole approvare nei prossimi mesi nonostante le resistenze, e i tanti dubbi, dei partiti di maggioranza.

L'inaugurazione Il nuovo parcheggio, aperto ieri, occupa il piano interrato di Spazio Villalta, il complesso nato dalla riqualificazione dell'ex birreria Dormisch grazie all'investimento del gruppo Danieli, ed è stato dato in gestione a Ssm che, in questo modo, amplia lo spettro delle strutture che controlla - direttamente o meno - in città. Il nuovo polo mette a disposizione 103 stalli a 60 centesimi all'ora. È aperto dal lunedì al sabato, dalle 7 alle 24, ma non la domenica e nemmeno in orario notturno. «Una scelta dettata dal fatto che il parcheggio risponde a necessità soprattutto diurne» ha commentato il presidente di Ssm, Pietro Del Fabbro. Per la gestione, la Partecipata ha attrezzato il parcheggio con tecnologie di ultima generazione: fibra ottica, apparati hardware e di rete, lettore pedonale per l'accesso e sistema di timbratura delle convenzioni per il sovrastante Bistrot.

«Siamo orgogliosi di questo risultato - ha commentato il sindaco Alberto Felice De Toni -, nella speranza di riuscire ad ampliare ancora di più il numero di parcheggi in struttura da qui ai prossimi mesi». Le altre prospettive L'accordo con Sabolarie Haven&Hospitality, proprietaria del complesso dello Spazio Villalta, completa il secondo step dell'iter avviato dall'amministrazione comunale per trovare nuovi spazi di parcheggio dopo la decisione di allargare la Ztl e l'area pedonale. Il primo, lo ricordiamo, porta al Visionario che da dicembre del 2024 ha messo a disposizione degli utenti del centro 54 posti auto al costo di 1,2 euro all'ora.

De Toni, tuttavia, ha in mente almeno altri due - se non possibilmente tre - interventi. «Stiamo lavorando anche nello spazio della Coop, sempre in via Bassi - spiega il sindaco -, dove potremmo ottenere 400 posti-auto». Lo scopo, in questo caso, è quello di arrivare a chiudere l'accordo con la proprietà entro fine anno, possibilmente prima dell'avvio della ristrutturazione del Venerio.

«Nei nostri piani - prosegue De Toni - c'è anche l'ex scalo Gervasutta dove saremmo in grado di ricavare

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

500 parcheggi a raso. Ci stiamo muovendo nella direzione giusta per mettere a disposizione più posti auto per residenti e pendolari». È poi tornata, recentemente, d'attualità l'ipotesi di ricavare una serie di stalli all'interno dell'ex caserma Savorgnan, complesso compreso tra via Aquileia, viale Ungheria e i vicoli Stabernao e D'Arcano.

L'assessore Andrea Zini, in questo senso, ha avviato le interlocuzioni con l'Agenzia del Demanio, proprietaria dello stabile, ma c'è comunque la necessità di attendere la fine dell'attività della Soprintendenza che sta completando le verifiche sulla vulnerabilità sismica degli edifici e poi effettuerà sondaggi negli spazi scoperti per accertare l'eventuale presenza di elementi di interesse archeologico. Nel caso di via libera, in estrema sintesi, nell'area si potrebbero ricavare una settantina di stalli. Forse non a titolo definitivo, ma almeno per quattro-cinque anni. Tanti quanti, cioè, dovrebbero servire allo Stato per completare il trasferimento in via Aquileia della sede udinese dell'Agenzia delle Entrate.

Piano della sosta Le mosse dell'amministrazione sono anche propedeutiche al prosieguo delle trattative per l'approvazione del nuovo piano della sosta. Nonostante le resistenze dei partiti di maggioranza - a differenza delle civiche -, De Toni vuole riuscire ad arrivare se non a luglio, almeno a settembre al via libera del Consiglio. Non sorprende, pertanto, che stiano aumentando gli incontri con i rappresentanti del centrosinistra, come quello andato in scena ieri e nel quale il sindaco si è confrontato con i capigruppo. «Il nostro obiettivo è quello di fare crescere il tasso di rotazione in centro storico - conclude De Toni - in modo tale da consentire ai negozianti di accogliere il maggior numero possibile di persone nell'arco della giornata. La preoccupazione che diventi soltanto un aumento delle tariffe? Una delle ipotesi su cui stiamo lavorando è quella di tenere inizialmente invariati i costi della sosta aumentandoli nelle ore successive alla prima in modo tale, come detto, che cresca il numero di automobili, e quindi, di cittadini che circolano in centro storico durante il giorno». © RIPRODUZIONE RISERVATA 60 I centesimi all'ora che costa il nuovo parcheggio allo Spazio Villata e aperto dal lunedì al sabato dalle 7 alle 24 103 Sono i posti reali messi a disposizione dei cittadini oltre ai 30 riservati alla proprietà Il taglio del nastro del parcheggio realizzato al piano interrato dello Spazio Villalta.

La nuova struttura è stata realizzata dal Gruppo Danieli e poi data in gestione a Ssm, cioè la società Partecipata del Comune / Foto Petrussi.

Chieti Today

Area Marche e Abruzzo

Una cuccia per tutti: la Coop contro l'abbandono di animali


Chieti Today

Una cuccia per tutti: la Coop contro l'abbandono di animali

07/01/2026 13:16

Sabato 4 e domenica 5 luglio, nei punti vendita e su EasyCoop PetStore, torna l'iniziativa "Una cuccia per tutti", che rinnova l'impegno della cooperativa contro l'abbandono degli animali, per sostenere canili, gattili e centri di accoglienza che nei territori in cui opera si prendono cura degli animali abbandonati o in difficoltà. In queste giornate, Coop Alleanza 3.0 devolverà alle strutture territoriali aderenti alla campagna "Una cuccia per tutti" un contributo suddiviso per i Consigli di zona soci, da elargire in buoni spesa, corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali – dedicata a cani e gatti – realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. Per informazioni è possibile consultare la sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti Anche EasyCoop PetStore , l' e-commerce di Coop Alleanza 3.0 interamente dedicato agli animali domestici, partecipa al progetto "Una cuccia per tutti" con le stesse modalità presenti nei negozi fisici della Cooperativa: l'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali effettuate il 4 e 5 luglio attraverso il servizio online sarà infatti devoluto a Enpa (Ente Nazionale Protezione Animali). a sostegno dei progetti di assistenza e protezione degli animali abbandonati o in cerca di una nuova famiglia. EasyCoop PetStore copre tutti territori in cui sono presenti i negozi Coop Alleanza 3.0. "Una cuccia per tutti" conferma l'impegno di Coop Alleanza 3.0 a favore della solidarietà e della responsabilità verso le comunità e i territori in cui è presente. L'abbandono degli animali domestici resta infatti un fenomeno grave, soprattutto nei mesi estivi: un gesto crudele verso gli animali, ma anche un problema che ricade sull'intera collettività, aumentando i rischi per la sicurezza stradale e mettendo sotto pressione canili, gattili e strutture di accoglienza. Per questo la Cooperativa continua a promuovere tra soci e clienti una cultura del rispetto e della cura degli animali, sostenendo concretamente le realtà che ogni giorno si occupano di accogliere, assistere e proteggere cani e gatti in difficoltà. Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore. Caricamento Si è verificato un errore. Nessuna domanda disponibile. Hai già risposto di recente. Torna più tardi. Grazie per aver risposto! Powered by ChietiToday.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Pescara

Area Marche e Abruzzo

Una cuccia per tutti: la Coop contro l'abbandono di animali


Il Pescara

Una cuccia per tutti: la Coop contro l'abbandono di animali

07/01/2026 13:24

ChietiToday Per informazioni è possibile consultare la sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti Anche EasyCoop PetStore , l' e-commerce di Coop Alleanza 3.0 interamente dedicato agli animali domestici, partecipa al progetto "Una cuccia per tutti" con le stesse modalità presenti nei negozi fisici della Cooperativa: l'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali effettuate il 4 e 5 luglio attraverso il servizio online sarà infatti devoluto a Enpa (Ente Nazionale Protezione Animali). a sostegno dei progetti di assistenza e protezione degli animali abbandonati o in cerca di una nuova famiglia. EasyCoop PetStore copre tutti territori in cui sono presenti i negozi Coop Alleanza 3.0. "Una cuccia per tutti" conferma l'impegno di Coop Alleanza 3.0 a favore della solidarietà e della responsabilità verso le comunità e i territori in cui è presente. L'abbandono degli animali domestici resta infatti un fenomeno grave, soprattutto nei mesi estivi: un gesto crudele verso gli animali, ma anche un problema che ricade sull'intera collettività, aumentando i rischi per la sicurezza stradale e mettendo sotto pressione canili, gattili e strutture di accoglienza. Per questo la Cooperativa continua a promuovere tra soci e clienti una cultura del rispetto e della cura degli animali, sostenendo concretamente le realtà, assistere e proteggere cani e gatti in difficoltà. Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, ...

ChietiToday Per informazioni è possibile consultare la sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti Anche EasyCoop PetStore , l' e-commerce di Coop Alleanza 3.0 interamente dedicato agli animali domestici, partecipa al progetto "Una cuccia per tutti" con le stesse modalità presenti nei negozi fisici della Cooperativa: l'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali effettuate il 4 e 5 luglio attraverso il servizio online sarà infatti devoluto a Enpa (Ente Nazionale Protezione Animali). a sostegno dei progetti di assistenza e protezione degli animali abbandonati o in cerca di una nuova famiglia. EasyCoop PetStore copre tutti territori in cui sono presenti i negozi Coop Alleanza 3.0. "Una cuccia per tutti" conferma l'impegno di Coop Alleanza 3.0 a favore della solidarietà e della responsabilità verso le comunità e i territori in cui è presente. L'abbandono degli animali domestici resta infatti un fenomeno grave, soprattutto nei mesi estivi: un gesto crudele verso gli animali, ma anche un problema che ricade sull'intera collettività, aumentando i rischi per la sicurezza stradale e mettendo sotto pressione canili, gattili e strutture di accoglienza. Per questo la Cooperativa continua a promuovere tra soci e clienti una cultura del rispetto e della cura degli animali, sostenendo concretamente le realtà che ogni giorno si occupano di accogliere, assistere e proteggere cani e gatti in difficoltà. Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Idea Radio nel Mondo - Cultura

Area Sud e Isole

Salento: al via la 16^ edizione del Salento Book Festival


Idea Radio nel Mondo

Salento: al via la 16^ edizione del Salento Book Festival

07/01/2026 13:40

La rassegna itinerante estiva dedicata ai libri che porta scrittori e scrittrici nelle piazze di diversi comuni del Salento, diretta da Gianpiero Pisanello in collaborazione con Massimo Bernardini e Antonella Lattanzi Sabato 4 luglio 2026 Piazzetta Ss. Annunziata – ARADEO – ore 20:30 ANTONELLA LATTANZI, co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, presenta il libro "Chiara" (Einaudi) in dialogo con ANNALENA BENINI , scrittrice, giornalista e direttrice del Salone Internazionale del Libro di Torino. – ore 21:30 ANTONELLA LATTANZI, co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, incontra DARIA BIGNARDI che presenta il libro "Nostra solitudine" (Mondadori) Martedì 7 luglio 2026 Piazza del Popolo – SPECCHIA – ore 20:30 CATHY LA TORRE presenta il libro "Tutte le volte che le donne" (Rizzoli) – ore 21:30 CHIARA TAGLIAFERRI presenta il libro "Arkansas. Storia di mia figlia" (Mondadori) Giovedì 9 luglio 2026 Chiostro del Convento S. Maria delle Grazie – LEVERANO – ore 20:00 FABIO ZAVATTARO presenta il libro "La pace disarmata e disarmante. Papa Leone XIV. La vita e le scelte" (Il Pozzo di Giacobbe) – ore 21:00 MASSIMO GIANNINI presenta il libro "La sciamana. Meloni, l'ultima trumpista: fenomenologia della destra illiberale" (Rizzoli) Daria Bignardi, Antonella Lattanzi, Annalena Benini, Cathy La Torre, Chiara Tagliaferri, Fabio Zavattaro, Massimo Giannini sono i prossimi autori protagonisti del Salento Book Festival. Sabato 4 luglio inPiazzetta Ss. Annunziata ad ARADEO doppio appuntamento. Si parte alleore 20:30 con la co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, ANTONELLA LATTANZI : in dialogo con ANNALENA BENINI , scrittrice, giornalista e direttrice del Salone Internazionale del Libro di Torino, presenta il libro "Chiara" (Einaudi), vincitore del Premio Mondello 2026 – Opera italiana.«Chiara è il romanzo più maturo di Lattanzi, il più spaventoso, il romanzo sull'amore esagerato e sulle conseguenze di un'infanzia guasta, eccessiva e mancante. Chiara è il romanzo della crescita e del terrore» dice Benini. Dopo Cose

La rassegna itinerante estiva dedicata ai libri che porta scrittori e scrittrici nelle piazze di diversi comuni del Salento, diretta da Gianpiero Pisanello in collaborazione con Massimo Bernardini e Antonella Lattanzi Sabato 4 luglio 2026 Piazzetta Ss. Annunziata – ARADEO – ore 20:30 ANTONELLA LATTANZI, co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, presenta il libro "Chiara" (Einaudi) in dialogo con ANNALENA BENINI , scrittrice, giornalista e direttrice del Salone Internazionale del Libro di Torino. - ore 21:30 ANTONELLA LATTANZI, co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, incontra DARIA BIGNARDI che presenta il libro "Nostra solitudine" (Mondadori) Martedì 7 luglio 2026 Piazza del Popolo - SPECCHIA - ore 20:30 CATHY LA TORRE presenta il libro "Tutte le volte che le donne" (Rizzoli) - ore 21:30 CHIARA TAGLIAFERRI presenta il libro "Arkansas. Storia di mia figlia" (Mondadori) Giovedì 9 luglio 2026 Chiostro del Convento S. Maria delle Grazie - LEVERANO - ore 20:00 FABIO ZAVATTARO presenta il libro "La pace disarmata e disarmante. Papa Leone XIV. La vita e le scelte" (Il Pozzo di Giacobbe) - ore 21:00 MASSIMO GIANNINI presenta il libro "La sciamana. Meloni, l'ultima trumpista: fenomenologia della destra illiberale" (Rizzoli) Daria Bignardi, Antonella Lattanzi, Annalena Benini, Cathy La Torre, Chiara Tagliaferri, Fabio Zavattaro, Massimo Giannini sono i prossimi autori protagonisti del Salento Book Festival. Sabato 4 luglio inPiazzetta Ss. Annunziata ad ARADEO doppio appuntamento. Si parte alleore 20:30 con la co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, ANTONELLA LATTANZI : in dialogo con ANNALENA BENINI , scrittrice, giornalista e direttrice del Salone Internazionale del Libro di Torino, presenta il libro "Chiara" (Einaudi), vincitore del Premio Mondello 2026 - Opera italiana.«Chiara è il romanzo più maturo di Lattanzi, il più spaventoso, il romanzo sull'amore esagerato e sulle conseguenze di un'infanzia guasta, eccessiva e mancante. Chiara è il romanzo della crescita e del terrore» dice Benini. Dopo Cose che non si raccontano, l'autrice pugliese torna a emozionarci e scuoterci con una storia potente, profondamente vera, che racconta di ogni volta che, nel mezzo del buio, qualcuno ha trovato il modo di tenerci vivi.Al centro ci sono Marianna e Chiara, che crescono a pochi passi, nella Bari popolare degli anni Novanta, in due famiglie che sembrano agli antipodi - una ruvida e irrequieta, l'altra ordinata e colta, apparentemente perfetta - ma che si rivelano uguali nel modo in cui tradiscono, soffocano, feriscono. Tra le due ragazze nasce subito un legame assoluto, fatto di intesa e di coraggio, di un bisogno vitale di raccogliersi a vicenda. In un romanzo dal ritmo incalzante, magnetico, che va avanti e indietro nel tempo in modo sapiente, Lattanzisa tenere insieme la tenerezza dell'infanzia, l'erotismo come scoperta e il senso di minaccia incombente tra le mura di casa, la paura che qualcosa si spezzi all'improvviso, senza avvisare. Ma proprio dentro la tensione,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

contro ogni aspettativa, si accende la poesia della vita, e insieme un bene ostinato e splendente, capace di disarmare il cuore di chi legge. La serata continua con DARIA BIGNARDI che presenta "Nostra solitudine" (Mondadori). E in questo caso sarà Lattanzi a dialogare con lei, sul suo nuovo libro, intimo e personalissimo, pieno di felice tormento, che riesce a fare quel che si auspica faccia la letteratura, dare parole a qualcosa che non riusciamo a vedere ma sentiamo incombere. Senza appesantire il fantasma che evoca, senza togliergli magia. In "Nostra solitudine" trasforma un'esperienza personale in un viaggio attraverso traumi globali, incontri che ridanno speranza e luoghi che interrogano il nostro tempo, mostrando come la solitudine non sia un rifugio privato ma un territorio condiviso in cui imparare a sentire il mondo Come si fa oggi a stare nel mondo? In questo mondo. A trovare un modo, un posto adatto a noi che siamo consapevoli di essere privilegiati ma dobbiamo fare i conti anche coi nostri, di traumi, piccoli o grandi, oltre che con quelli giganteschi di chi è sotto le bombe, di chi è oppresso, povero, svantaggiato. Ci si vergogna a dire che ci si sente soli, ma lo siamo sempre di più. Daria Bignardi lo dice con sincerità, ironia, coraggio. Sente che la solitudine può essere una prigione ma anche un posto da cui ascoltare il battito del cuore del mondo. Il mondo la chiama e lei parte. Va in Cisgiordania, a Hebron, a parlare coi prigionieri palestinesi rilasciati nell'ultimo scambio. A At-Tuwani, il villaggio di No Other Land, conosce i volontari internazionali che ogni giorno accompagnano a scuola i bambini perché i coloni non gli sparino addosso. È a Gerusalemme, nella Chiesa del Santo Sepolcro, il giorno in cui muore Papa Francesco. Va in Vietnam, l'unico paese che ha sconfitto gli Stati Uniti, dove scopre quanto è inquinato il Mekong. Assiste all'operazione al cuore di un neonato in Uganda. Morde la solitudine con passione. Capirà cosa cerca nello sguardo di un gorilla che incontra in Uganda e di tutti gli animali che incrocia sulla sua strada: i cani Giulio, Fix, Brillo, i gatti, le galline, un pappagallo. Doppio appuntamento anche martedì 7 luglio 2026 inPiazza del Popolo a SPECCHIA. Alleore 20:30 CATHY LA TORRE presenta "Tutte le volte che le donne" (Rizzoli) Questo libro parla di donne che hanno cambiato il mondo. Sapete chi ha inventato il Monopoly? Una donna. Il tergicristallo? Una donna. La lavastoviglie? Il Bacio Perugina? I segnali di stop? Donne. Donne. Donne. Eppure i loro nomi non compaiono nei libri di scuola. In alcuni casi le loro scoperte sono state rubate dai colleghi. In altri sono state derise, ostacolate, impedite persino di brevettare. In altri ancora, cancellate del tutto. In inglese è bropriating, una tradizione così consolidata che abbiamo dovuto inventare una parola apposta per definire quando un uomo si prende il merito del lavoro di una donna. "Tutte le volte che le donne" è un viaggio lungo secoli che parte da una scoperta shock: le seghe non le hanno inventate gli uomini. E nemmeno la lavastoviglie o il sacchetto di carta. Oggetti di uso quotidiano di cui non sappiamo nulla. Men che meno della loro geniale autrice. Il mondo della fisica, della chimica, della medicina e dell'astronomia è sempre stato affollato da scienziate ma non ce lo hanno mai detto. Di cosa sono fatte le stelle? E la materia oscura? Chiedetelo a Cecilia Payne-Gaposchkin o Vera Rubin. Le donne hanno saputo ridisegnare i confini del possibile. Come Franca Viola, che con il suo no al matrimonio riparatore ha cambiato per

sempre il diritto italiano, o Tarana Burke, che con due parole - me too - ha dato voce a tutte le donne violentate e umiliate. Ma in questo libro Cathy La Torre, avvocata e attivista, non racconta solo donne straordinarie. Racconta il mondo che le ha rese invisibili. Un mondo in cui ancora oggi una donna guadagna meno di un uomo a parità di lavoro e nessuno sembra trovarlo scandaloso. Un mondo in cui dodici milioni di bambine ogni anno vengono costrette a sposarsi anche negli Stati Uniti. Alleore 21:30 sarà la volta di CHIARA TAGLIAFERRI con "Arkansas. Storia di mia figlia" (Mondadori).Pur raccontando una vicenda personale e per molti versi eccezionale, queste pagine ci parlano di qualcosa che riguarda tutti noi: è un libro sull'amore che non ha bisogno di legami di sangue, sul nostro essere stati prima di tutto figli e figlie che hanno conosciuto l'incanto e lo spavento dell'infanzia, e sulla forza che può nascere da un'alleanza di corpi pronti a tutto pur di accogliere una nuova vita. Per molto tempo Chiara si è mossa nel mondo badando solo a se stessa, tenendosi a distanza di sicurezza dall'idea di diventare madre. Eppure, a quarant'anni, complici una diagnosi di menopausa precoce e un amore capace di farle immaginare il futuro, un desiderio feroce si fa strada in lei. Inizia così una dolorosa discesa nel labirinto delle cliniche per la fertilità: esami, terapie sfiancanti e speranze tradite da un corpo che respinge ogni tentativo. Quando le possibilità della medicina in Italia sembrano esaurite, Chiara e suo marito Nicola intraprendono un viaggio lungo la "ferrovia sotterranea" della gestazione per altri. È un percorso raccontato con una franchezza disarmante, spogliato da ogni idealizzazione, un'odissea lunga sette anni piena di incognite e colpi di scena, tra l'individuazione di un'agenzia, la scelta della donatrice, lo spettro della pandemia, la ricerca di una gestante. La meta finale è l'Arkansas, nel Sud degli Stati Uniti: una terra di boschi, fucili e creature mitologiche (sirene sperdute in un Walmart, cerbiatti che indicano la strada, Elvis che esce dai jukebox). Qui Chiara e Nicola incontrano Daisy, la donna luminosa e fiera che renderà possibile la nascita di Lula, la loro bambina. Chiara Tagliaferri usa la letteratura per attraversare il dolore, la rabbia e l'amore che accompagnano questa avventura, fatta di paure che assumono le sembianze delle ombre di Twin Peaks e alleanze che aiutano a ritrovare il sentiero di mattoni gialli del Mago di Oz. Scritto mentre una legge, otto mesi dopo l'arrivo di Lula, rendeva la Gpa "reato universale" nel nostro paese - stabilendo che il desiderio di un figlio può diventare un crimine -, Arkansas è anche un atto di rivendicazione, una storia che estende il significato delle parole maternità e famiglia. Giovedì 9 luglio nelChiostro del Convento S. Maria delle Grazie di LEVERANO alle ore 20:00 ci sarà FABIO ZAVATTARO , giornalista e scrittore, già vaticanista del TG1, con il suo "La pace disarmata e disarmante. Papa Leone XIV. La vita e le scelte" (Il Pozzo di Giacobbe). È la sorpresa del Conclave per la successione di Francesco. Primo Papa dell'America del Nord, per quarant'anni missionario e vescovo in Perù. Leone XIV, al secolo Robert - "Bob" - Francis Prevost, è nato il 14 settembre del 1955. I 133 cardinali elettori lo hanno chiamato a guidare la Chiesa in un tempo in cui il mondo è segnato da quella che papa Bergoglio chiamava la terza guerra mondiale a pezzi. I primi gesti, le prime parole per capire come sarà il suo Pontificato a partire dal grande tema della pace; come affronterà questioni

del dialogo ecumenico e interreligioso; quali saranno i suoi rapporti con gli Stati Uniti, dove ha già avuto divergenze con il presidente e il vicepresidente, e dove viene considerato il meno americano dei cardinali americani. Quale la sua attenzione per i migranti, il Sud del mondo, la povertà. L'inizio di un viaggio per cercare di conoscere Leone XIV e per scoprire qualche piccola curiosità. A seguire, alle ore 21:00, MASSIMO GIANNINI con "La sciamana. Meloni, l'ultima trumpista: fenomenologia della destra illiberale" (Rizzoli).Con una scrittura lucida e incalzante, il giornalista, scrittore e conduttore televisivo, ripercorre le tappe del trump-melonismo e di una destra che governa dentro le istituzioni mentre ne erode il senso, che invoca l'ordine coltivando l'eccezione, che parla di libertà restringendo progressivamente lo spazio del dissenso. Una stagione che racconta la fragilità crescente delle democrazie contemporanee, quando il potere personale prende il posto delle regole. E pone una domanda decisiva: cosa resta della democrazia quando chi governa sostiene di essere l'unico a rappresentarla? La Sciamana è Giorgia Meloni, colei che non rappresenta il popolo: lo evoca. Lo chiama a raccolta contro i nemici, lo trasforma in identità compatta, lo mobilita come fonte diretta di legittimazione. In questo libro Massimo Giannini mette al centro il rapporto politico, simbolico e culturale tra Meloni e Donald Trump, mostrando come non sia una semplice alleanza internazionale, ma il segno di una più profonda crisi della democrazia occidentale. Trump è il modello di potere che ha reso accettabile l'illiberalismo in nome del consenso: il capo come unica voce autentica del popolo, le istituzioni ridotte a ostacoli, i contropoteri delegittimati, la stampa e la magistratura trasformate in nemici. Dall'assalto a Capitol Hill alla guerra permanente contro le regole, il trumpismo ha deformato la democrazia e ha trovato in Giorgia Meloni una versione europea: meno eversiva nei toni, più abile nella forma, ma convergente nella sostanza. L'Italia diventa così un laboratorio politico in cui la "volontà popolare" viene usata per scavalcare le garanzie costituzionali. LIBRI NELLE PIAZZE PER TUTTA L'ESTATE Il SBF è organizzato dall'associazione culturale Festival Nazionale del Libro , ideata e diretta dal giornalista e autore TV Gianpiero Pisanello, con Antonella Lattanzi e Massimo Bernardini nel ruolo di co-direttori. Per tutta l'estate, " La Festa dei Libri, la Movida dei Lettori " fa tappa in 18 comuni del Salento pronti ad ospitare gli incontri d'autore,con alcuni tra gli scrittori e le scrittrici più amati che presentano i propri ultimi lavori editoriali. Aradeo, Castrignano dei Greci, Collepasso, Copertino, Cutrofiano, Galatone, Leverano, Melpignano, Muro Leccese, Nardò, Racale, San Cesario di Lecce, Secli, Specchia, Spongano, Taurisano, Taviano e Tiggiano saranno ancora una volta tappe di un lungo percorso tra le pagine e le storie, fino a settembre. Con l'obiettivo di portare i libri ovunque, si aggiungono poi tre eventi speciali: a Lecce da Futuro Remoto Gioielli , a Tuglie da Thuje e a Maglie da Candido 1859 . Come lo scorso anno, ci sarà anche un appuntamento extra Salento, nella sede del Consiglio Regionale della Puglia, a Bari, in autunno. OSPITI 2026 Tante e diverse le storie da scoprire tra pagine che verranno sfogliate nelle calde serate d'estate del Salento Book festival, tra saggistica e narrativa, toccando i temi più attuali e sentiti della contemporaneità e quelli universali e senza tempo. Un ampio

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sguardo si aprirà sui legami familiari, sulle storie personali e sulle profondità dell'animo umano. Si entrerà nelle diverse fasi della vita nel primo romanzo di Luciana Littizzetto nel quale, con ironia e leggerezza, racconta tre donne alle prese con la mezz'età. L'attrice e comica sarà intervista da Andrea Zalone con le letture di Germana Pasquero. Serena Bortone ,invece, ne racconta altre sullo sfondo degli anni Sessanta, tra matrimoni difficili e l'emancipazione femminile, e ne parla a Nardò e Taviano con la conduttrice Elisa Isoardi e con Stefano Coletta , dirigente RAI. Michela Marzano si imbatte nell'adolescenza nel nuovo romanzo "Qualcosa che brilla". Antonella Lattanzi , ad Aradeo, èin doppia veste di autrice e co-direttrice artistica:nel suo libro"Chiara"si concentra sulle conseguenze di un'infanzia guasta e della violenza familiare, presentata dalla scrittrice, giornalista e direttrice del Salone Internazionale del Libro di Torino Annalena Benini e, subito dopo, dialoga con Daria Bignardi che riflette sulla solitudine da un punto di vista politico, una possibilità e un luogo da cui guardare il mondo. Si addentra nelle dinamiche del complesso rapporto fra genitori e figli lo psicanalista Massimo Recalcati che a Melpignano tiene una lectio sul tema che Chiara Tagliaferri affronta da un altro punto di vista: in "Arkansas. Storia di mia figlia"allarga il concetto di maternitàa partire dalla sua esperienza personale, diventata madre attraverso la gestazione per altri, in Italia "reato universale". Anche Concita De Gregorio sceglie le storie delle persone per ribaltare ogni stereotipo sulla malattia, con la convinzione che prendersi cura degli altri sia l'unico modo per prendersi cura di sé. Ricca la sezione della narrativa con gli scrittori di successo Luca Bianchini , già direttore artistico del SBF, Gabriella Genisi,Paolo Stella e l'esordiente Yanko Tedeschi. Il magistrato Nicola Gratteri presenta il libro in cui ragiona sul valore delle seconde possibilità per riscattare un passato criminale, mentre di politica si parla con Massimo Giannini con il suo libro su Giorgia Meloni, con Antonio Caprarica che traccia un ritratto di Trump e con Luciano Violante che,con il co-direttore artistico Massimo Bernardini, fa un'analisi della crisi profonda della democrazia occidentale. La questione israelo-palestinese è al centro del libro per ragazzi di Luciana Ciliento e Carola Benedetto e di quello di Gad Lerner che si interroga sulle divisioni dell'ebraismo contemporaneo. E nello scenario di conflitti si inseriscono le parole di Don Tonino Bello raccolte nel volume di Mimma Gattulli. Serena Dandini, accompagnata da Chiara Valerio , passa in rassegna le donne che hanno fatto la Repubblica e l'avvocata e attivista Cathy La Torre ,invece, le scienziate e inventrici le cui scoperte e brevetti sono stati rubati o ostacolati dai colleghi o cancellati dai libri di scuola. Di Eutanasia, cure palliative e libertà di morire volontariamente si parla con Valentina Petrini e di violenza di genere con Gino Cecchettin che torna al Salento Book con il suo libro sulla figlia Giulia. Non manca come ogni anno lo spazio dedicato ai temi religiosi: Fabio Zavattaro nel suo volumeripercorre i primi gesti e le parole di Papa Leone XIV, mentre sulla figura di San Francesco sono focalizzati i testi di Padre Enzo Fortunato e Don Luigi Epicoco; sul filo della spiritualità si muove anche il thriller di Giovanni Grasso che ne discute con la giornalistaRai Eleonora Tundo. Ben Pastor, in dialogo con Massimo Bernardini, conduce i lettori in Russia, Francesca Micoccio

tra Lombardia e Salento e Francesco Tarantino tra gli alberi monumentali di Puglia. A rappresentare la musica ci sono il musicista Silvio Maria Cantoro, sulla genesi di alcuni grandi successi, e il giornalista Luca De Gennaro con un tuffo negli anni Novanta, con la rivoluzione discografica e sociale che ha vissuto in prima persona. PREMIO "BPER BANCA - SALENTO BOOK FESTIVAL 2026" Anche quest'anno sarà consegnato il Premio "BPER: Banca - Salento Book Festival", riconoscimento che conferma la collaborazione tra il festival diretto da Pisanello e il gruppo BPER Banca. Giuseppe Marco Litta, responsabile della Direzione Regionale Campania, Puglia, Basilicata e Molise di BPER Banca, sottolinea: "Siamo felici di essere partner del Salento Book Festival e di accompagnarne la crescita da molti anni. L'appuntamento estivo col Festival si è oggi affermato come un momento clou della stagione culturale salentina. Nelle tante piazze che la manifestazione raggiunge la lettura si trasforma in esperienza condivisa, fatta di incontri, dialogo e partecipazione. BPER sostiene questa rassegna perché crede nella lettura, un atto personale ma capace di creare comunità. Anche nel Salento portiamo i libri tra le persone, perché investire nella cultura significa investire nel futuro dei territori." A ricevere il Premio "BPER: - Salento Book Festival" 2026 sarà Luciana Littizzetto . La consegna avverrà nel corso della serata del 4 agosto. Nella stessa occasione sarà consegnato il Premio SBF ad Andrea Zalone e Germana Pasquero, per la loro storia professionale ma anche per il legame viscerale con il Salento. ARTIGIANATO E CREATIVITA' PER SBF2026 A caratterizzare anche questa edizione del festival c'è la shopper realizzata artigianalmente in edizione limitata da La Sellerie Limited. "Desidero ringraziare profondamente Gianpiero Pisanello e tutta la famiglia del Salento Book Festival per averci affidato l'onore di realizzare questa shopper che accompagnerà il festival nelle piazze del Salento. Abbiamo immaginato questa borsa non come un semplice contenitore, ma come un piccolo manifesto itinerante della cultura. Sarà tra le mani dei lettori, custodirà libri, dediche, appunti e ricordi, diventando parte del viaggio che ogni estate il Salento Book Festival compie tra i nostri centri storici. Per questa edizione abbiamo scelto di stampare la frase Un libro mi ha portato qui , ispirata allo spot che abbiamo realizzato insieme. Nel video, un filo viene lentamente avvolto dalle mani di Gianpiero: un gesto simbolico che racconta il legame invisibile tra tutte le tappe del festival. È un filo immaginario che attraversa paesi, piazze e comunità, trasformandoli in un'unica grande piazza della cultura. Quel filo unisce autori, lettori, artisti e sognatori. Unisce chi scrive, chi racconta, chi crea bellezza. Allo stesso modo, questa shopper diventa il filo che collegherà tutti i lettori che seguiranno il Salento Book Festival 2026, trasportando libri e storie, ma soprattutto il desiderio di stare insieme attorno alla cultura. Perché ogni libro ci porta in un luogo diverso, ma quelli più importanti ci portano sempre verso gli altri". Alberto Persano -direttore creativo La Sellerie Limited LA RETE DEL SBF Il Salento Book Festival è sostenuto dal Consiglio Regionale della Puglia, dalla "Teca del Mediterraneo - Biblioteca multimediale e Centro di documentazione", dai comuni di Aradeo, Castrignano dei Greci, Collepasso, Copertino, Cutrofiano, Galatone, Leverano, Melpignano, Muro Leccese, Nardò, Racale, San Cesario, Secli, Spongano, Taurisano, Taviano

e Tiggiano e dalla Pro Loco di Specchia, oltre che da numerosi sponsor e partner. È patrocinato da Prefettura di Lecce, Provincia di Lecce - Salento d'Amare, Università del Salento, Commissione per le Pari Opportunità Provincia di Lecce, ARET - Agenzia Regionale del Turismo Puglia Promozione, Puglia Culture, Ordine dei Giornalisti - Consiglio Regionale della Puglia, FAI Delegazione del Salento Jonico. Partner in comunicazione: Radiovenere Solo Musica Italiana, My Library di Antonella Giustizieri, Il Gabinetto Letterario LIBRO SOSPESO Confermata anche quest'anno l'iniziativa solidale "Libro sospeso". In ogni appuntamento in programma, al banchetto dei libri sarà possibile acquistare un libro da destinare ai progetti del Reparto di Onco-Ematologia Pediatrica dell'Ospedale "V. Fazzi" di Lecce e della Caritas Diocesana di Nardò-Gallipoli. EVENTI COLLATERALI Il festival ospiterà dei talk a cura di Bper Banca, Coop Alleanza 3.0 e Accademia AMA nell'ambito del Progetto Ceper "Leggere per salvare". Alcuni autori porteranno la propria testimonianza all'interno dell'Istituto Penale per i Minorenni (IPM) di Lecce. In alcune serate sarà proiettato il cortometraggio "Il Teatro della Vita" in collaborazione con al Prefettura di Lecce per la prevenzione e il contrasto della violenza di genere. INFO Gli appuntamenti del SBF sono a ingresso libero (tranne l'evento speciale con Recalcati). Dettagli su www.salentobookfestival.it e sulle pagine social del Salento Book Festival. Info: 348/5465650. SALENTO BOOK FESTIVAL 2026 Data per Data Direttore Artistico: Gianpiero Pisanello Co-Direttori Artistici: Antonella Lattanzi e Massimo Bernardini LUGLIO Sabato4 luglio 2026 Piazzetta Ss. Annunziata - ARADEO - ore 20:30 ANTONELLA LATTANZI, co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, presenta il libro "Chiara" (Einaudi) in dialogo con ANNALENA BENINI , scrittrice, giornalista e direttrice del Salone Internazionale del Libro di Torino. - ore 21:30 ANTONELLA LATTANZI, co-direttrice artistica del Salento Book Festival 2026, incontra DARIA BIGNARDI che presenta il libro "Nostra solitudine" (Mondadori) Martedì7 luglio 2026 Piazza del Popolo - SPECCHIA - ore 20:30 CATHY LA TORRE presenta il libro "Tutte le volte che le donne" (Rizzoli) - ore 21:30 CHIARA TAGLIAFERRI presenta il libro "Arkansas. Storia di mia figlia" (Mondadori) Giovedì9 luglio 2026 Chiostro del Convento S. Maria delle Grazie- LEVERANO - ore 20:00 FABIO ZAVATTARO presenta il libro "La pace disarmata e disarmante. Papa Leone XIV. La vita e le scelte" (Il Pozzo di Giacobbe) - ore 21:00 MASSIMO GIANNINI presenta il libro "La sciamana. Meloni, l'ultima trumpista: fenomenologia della destra illiberale" (Rizzoli) Venerdì10 luglio 2026 Palazzo De Gualtieris- CASTRIGNANO DEI GRECI ore 21:00 MASSIMO GIANNINI presenta il libro "La sciamana. Meloni, l'ultima trumpista: fenomenologia della destra illiberale" (Rizzoli) Lunedì20 luglio 2026 Piazza Cesare Battisti - NARDÒ - ore 21:00 CAROLA BENEDETTO e LUCIANA CILIENTO presentano il libro "Mio padre, tuo padre. Due uomini contro l'odio del conflitto israelopalestinese" (De Agostini) - ore 22:00 SERENA BORTONE presenta il libro "Le dirimpettaie" (Rizzoli) con ELISA ISOARDI e STEFANO COLETTA Martedì21 luglio 2026 TAVIANO ore 21:00 SERENA BORTONE presenta il libro "Le dirimpettaie" (Rizzoli) con ELISA ISOARDI e STEFANO COLETTA Mercoledì22 luglio 2026 - Evento Speciale Via Risorgimento 24 presso Thuje Ristorante- TUGLIE ore 21:00 FRANCESCA MICOCCIO

presenta il libro "Sapore Salentino" (Cairo) Sabato25 luglio 2026 Piazza San Giorgio- MELPIGNANO ore 21:30 MASSIMO RECALCATI Si accede con biglietto Lunedì27 luglio 2026 TIGGIANO - ore 20:30 MICHELA MARZANO presentano il libro "Qualcosa che brilla" (Rizzoli) - ore 21:30 DON LUIGI MARIA EPICOCO presenta il libro "San Francesco prima del mito" (Einaudi) Martedì28 luglio 2026 - Evento Speciale Piazza Aldo Moro 9 presso Candido 1859 - MAGLIE ore 21:00 PAOLO STELLA presenta il libro "True" (Mondadori) Giovedì30 luglio 2026 COPERTINO ore 21:00 NICOLA GRATTERI presenta il libro "Come radici. Una storia sulle seconde possibilità" (Mondadori) AGOSTO Martedì4 agosto 2026 Piazza Municipio - CUTROFIANO - ore 21:00 Anteprima con la proiezione del cortometraggio "Il Teatro della Vita" in collaborazione con la Prefettura di Lecce per la prevenzione e il contrasto della violenza di genere - ore 21:15 Talk Bper Banca - ore 21:30 LUCIANA LITTIZZETTO presenta il libro "Il tempo del la lala" (Mondadori) Incontra l'autrice ANDREA ZALONE con la partecipazione di GERMANA PASQUERO Consegna dei premi "Bper Banca - Salento Book Festival 2026" e "Salento Book Festival 2026" Mercoledì19 agosto 2026 Palazzo Baronale - COLLEPASSO - ore 21:00 Talk Coop Alleanza 3.0 - ore 21:30 SERENA DANDINI presenta il libro "Paura non abbiamo" (Einaudi) Incontra l'autrice CHIARA VALERIO Giovedì27 agosto 2026 - SAN CESARIO DI LECCE ore 21:00 GINO CECCHETIN presenta il libro "Cara Giulia" (Rizzoli) Venerdì28 agosto 2026 - SPONGANO - ore 20:30 SILVIO MARIA CANTORO presenta il libro "Storie di musica e intagli di parole" - ore 21:30 GINO CECCHETIN presenta il libro "Cara Giulia" (Rizzoli) Sabato29 agosto 2026 SECLÌ - ore 21:00 GINO CECCHETIN presenta il libro "Cara Giulia" (Rizzoli) SETTEMBRE Martedì1° settembre 2026 Piazza Cesare Battisti - NARDÒ - ore 20:30 LUCA DE GENNARO presenta il libro "Generazione alternativa 1991-1995" (Rizzoli Lizard) - ore 21:30 LUCA BIANCHINI presenta il libro "Le ragazze di Tunisi" (Mondadori) Incontra l'autore LUCA DE GENNARO Mercoledì2 settembre 2026 Piazzetta Ss. Annunziata - ARADEO - ore 20:30 GABRIELLA GENISI presenta il libro "Come la rosa" (Rizzoli) - ore 21:30 LUCA BIANCHINI presenta il libro "Le ragazze di Tunisi" (Mondadori) Giovedì3 settembre 2026 TAVIANO - ore 20:30 MIMMA GATTULLI presenta il libro "Le parole di don Tonino Bello per una politica dei volti" (Cacucci Editore) con la partecipazione di GIANCARLO PICCINNI - ore 21:30 CONCITA DE GREGORIO presenta il libro "La cura" (Einaudi) Venerdì4 settembre 2026 Atrio del Palazzo Marchesale - GALATONE - ore 20:30 VALENTINA PETRINI presenta il libro "Il prezzo della libertà" (Solferino) - ore 21:30 CONCITA DE GREGORIO presenta il libro "La cura" (Einaudi) Sabato 5 settembre 2026 - TAURISANO - ore 20:30 ANTONIO CAPRARICA presenta il libro "Il bullo" (Piemme) Domenica 6 settembre 2026 Piazza San Sebastiano - RACALE - ore 20:30 Yanko Tedeschi presenta il libro "Quanto tempo è per sempre" (Manni) - ore 21:30 GAD LERNER presenta il libro "Ebrei in guerra" (Feltrinelli) OTTOBRE Ottobre 2026 Consiglio Regionale della Puglia - Bari Presentazione di un libro Tutti gli eventi sono gratuiti ad eccezione del 25 luglio 2026 www.salentobookfestival.it Info: 348/5465650 Per restare aggiornato con le ultime news seguici

e metti "Mi piace" sulla nostra pagina Facebook e iscriviti al nostro canale YouTube .Per scriverci e segnalarci un evento contattaci.

Sassi Live

Area Sud e Isole

"Una cuccia per tutti" nei negozi di Coop Alleanza 3.0, progetto contro l'abbandono degli animali


Sassi Live

"Una cuccia per tutti" nei negozi di Coop Alleanza 3.0, progetto contro l'abbandono degli animali

07/01/2026 12:32

Sabato 4 e domenica 5 luglio, nei punti vendita e su EasyCoop PetStore, un contributo concreto alle realtà territoriali impegnate nella cura degli animali abbandonati e in difficoltà Nei negozi di Coop Alleanza 3.0, torna il progetto "Una cuccia per tutti", la campagna con cui la Cooperativa rinnova il proprio sostegno a canili, gattili e centri di accoglienza che nei territori in cui opera si prendono cura degli animali abbandonati o in difficoltà. Nelle giornate di sabato 4 e domenica 5 luglio, Coop Alleanza 3.0 devolverà alle strutture territoriali aderenti alla campagna "Una cuccia per tutti" un contributo suddiviso per i Consigli di Zona soci, da elargire in buoni spesa, corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali – dedicata a cani e gatti – realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. Per informazioni è possibile consultare la sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti Anche EasyCoop PetStore, l' e-commerce di Coop Alleanza 3.0 interamente dedicato agli animali domestici, partecipa al progetto "Una cuccia per tutti" con le stesse modalità presenti nei negozi fisici della Cooperativa.: l'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali effettuate il 4 e 5 luglio attraverso il servizio online sarà infatti devoluto a ENPA (Ente Nazionale Protezione Animali). a sostegno dei progetti di assistenza e protezione degli animali abbandonati o in cerca di una nuova famiglia. EasyCoop PetStore copre tutti territori in cui sono presenti i negozi Coop Alleanza 3.0. "Una cuccia per tutti" conferma l'impegno di Coop Alleanza 3.0 a favore della solidarietà e della responsabilità verso le comunità e i territori in cui è presente. L'abbandono degli animali domestici resta infatti un fenomeno grave, soprattutto nei mesi estivi: un gesto crudele verso gli animali, ma anche un problema che ricade sull'intera collettività, aumentando i rischi per la sicurezza stradale e mettendo sotto pressione canili, gattili e strutture di accoglienza. Per questo la Cooperativa continua a promuovere tra soci e clienti una cultura del rispetto e della cura degli animali, sostenendo concretamente le realtà che ogni giorno si occupano di accogliere, assistere e proteggere cani e gatti in difficoltà. Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

StraNotizie

Area Sud e Isole

Una cuccia per tutti: supporto agli animali abbandonati

Sabato 4 e domenica 5 luglio, Coop Alleanza 3.0 lancia il progetto "Una cuccia per tutti", fornendo un sostegno alle strutture locali che si occupano di animali abbandonati. Durante queste giornate, un contributo equivalente alle vendite della linea alimentare Coop Amici Speciali sarà devoluto a canili, gattili e centri di accoglienza. Anche l'e-commerce EasyCoop PetStore contribuirà, donando l'equivalente delle vendite della stessa linea a ENPA, per supportare i progetti di salvataggio e assistenza degli animali. L'iniziativa è un segno dell'impegno di Coop Alleanza 3.0 verso la solidarietà e la responsabilità sociale, specialmente in un periodo in cui l'abbandono degli animali aumenta. Nel 2025, il progetto ha già permesso di donare oltre 50 mila euro a 52 strutture, raccogliendo fondi tramite l'1% delle vendite della linea Coop Amici Speciali. Per ulteriori informazioni, è possibile visitare il sito di Coop Alleanza 3.0. Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per la prossima volta che commento. .


StraNotizie

Una cuccia per tutti: supporto agli animali abbandonati

07/01/2026 17:45 Meta Time

Sabato 4 e domenica 5 luglio, Coop Alleanza 3.0 lancia il progetto "Una cuccia per tutti", fornendo un sostegno alle strutture locali che si occupano di animali abbandonati. Durante queste giornate, un contributo equivalente alle vendite della linea alimentare Coop Amici Speciali sarà devoluto a canili, gattili e centri di accoglienza. Anche l'e-commerce EasyCoop PetStore contribuirà, donando l'equivalente delle vendite della stessa linea a ENPA, per supportare i progetti di salvataggio e assistenza degli animali. L'iniziativa è un segno dell'impegno di Coop Alleanza 3.0 verso la solidarietà e la responsabilità sociale, specialmente in un periodo in cui l'abbandono degli animali aumenta. Nel 2025, il progetto ha già permesso di donare oltre 50 mila euro a 52 strutture, raccogliendo fondi tramite l'1% delle vendite della linea Coop Amici Speciali. Per ulteriori informazioni, è possibile visitare il sito di Coop Alleanza 3.0. Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per la prossima volta che commento. Δ.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Trm Tv

Area Sud e Isole

Coop Alleanza 3.0, torna "Una cuccia per tutti": la spesa per animali aiuta canili e gattili


Trm Tv

Coop Alleanza 3.0, torna "Una cuccia per tutti": la spesa per animali aiuta canili e gattili

07/01/2026 17:59

Il 4 e 5 luglio nei punti vendita Coop Alleanza 3.0 Con la spesa per i propri animali il 4 e 5 luglio si potranno anche aiutare i rifugi per animali. Torna infatti 'Una cuccia per tutti' l'iniziativa di Coop Alleanza 3.0 che devolve a canili e gattili una cifra in buoni spesa corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali – dedicata a cani e gatti – realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. L'iniziativa (tutte le informazioni alla sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti) vale anche per gli acquisti sulla piattaforma EasyCoop PetStore e EasyCoop, in questo caso i buoni andranno all' ENPA (Ente Nazionale Protezione Animali). Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore. Redazione Web.

Il 4 e 5 luglio nei punti vendita Coop Alleanza 3.0 Con la spesa per i propri animali il 4 e 5 luglio si potranno anche aiutare i rifugi per animali. Torna infatti 'Una cuccia per tutti' l'iniziativa di Coop Alleanza 3.0 che devolve a canili e gattili una cifra in buoni spesa corrispondente all'equivalente delle vendite alimentari della linea Coop Amici Speciali - dedicata a cani e gatti - realizzate nei negozi di Coop Alleanza 3.0 e Amici di casa Coop. L'iniziativa (tutte le informazioni alla sezione del sito di Coop Alleanza 3.0, all.coop/unacucciapertutti) vale anche per gli acquisti sulla piattaforma EasyCoop PetStore e EasyCoop, in questo caso i buoni andranno all' ENPA (Ente Nazionale Protezione Animali). Nel 2025, grazie a "Una cuccia per tutti", Coop Alleanza 3.0 ha donato oltre 50 mila euro a 52 strutture territoriali, attraverso Carte regalo Coop o buoni digitali utilizzabili presso i punti vendita della Cooperativa. Il contributo era stato raccolto grazie all'1% delle vendite dei prodotti della linea Coop Amici Speciali nei negozi Coop Alleanza 3.0, Amici di casa Coop, su EasyCoop e su EasyCoop PetStore. Redazione Web.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Controllate e partecipate

la borsa

Mercati in calo scatto di Nexi giù l'energia


Mercati in calo scatto di Nexi giù l'energia

Borse Ue in calo, tranne Francoforte, in attesa della decisione delle banche centrali sulla politica monetaria. Piazza Affari limita le perdite allo 0,15% con lo spread che si allarga di nuovo a 78 punti base. La migliore è stata Nexi, che ha guadagnato il 6,44%, seguita da Amplifon (+4,09%), Leonardo (+3,91%), Unipol (+3,89%) e Stellantis (+3,35%). Sul fronte opposto i realizzi hanno penalizzato St (-3,33%) e i titoli petroliferi a iniziare da Saipem (-3,49%) e proseguendo con Eni (-2,62%) e Tenaris (- 1,46%), ma le prese di beneficio sono scattate anche la rete del gas di Snam (-2,06%). Fuori dal listino dei big crolla Rai Way (-5,1%) dopo la rottura delle nozze con Ei Towers, e vola Tip (+8,69%) che festeggia il successo dell'Ipo della partecipata Bending Spoons.

Variazione dei titoli appartenenti all'indice FTSE-MIB 40 Tutte le quotazioni su www.repubblica.it/economia.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino

Controllate e partecipate

«Siamo interessati a nuove filiali» Emil Banca: il risiko è opportunità

Il presidente Gianluca Galletti: «Pronti a intervenire se l'Antitrust dovesse sollevare il tema»


«Siamo interessati a nuove filiali»
Emil Banca: il risiko è opportunità

di Andrea Bonzi BOLOGNA Emil Banca è pronta a cogliere le opportunità che potrebbero derivare dal risiko bancario in corso. Gian Luca Galletti, presidente dell'istituto di credito cooperativo con 98 filiali attive in oltre 215 Comuni, e che ha chiuso il bilancio 2025 con quasi 50 milioni di utile, fa il punto sui riflessi dell'offerta lanciata da Intesa Sanpaolo su Mps.

Presidente, quali ricadute potrà avere la conclusione del risiko bancario in corso sul vostro business?

«Come Emil Banca il giudizio sulle fusioni non può che essere positivo: avere istituti grandi è un vantaggio per il Paese. Anche l'operazione Commerzbank-UniCredit, per esempio, potrebbe portare a creare un campione europeo. D'altra parte, questo scenario apre una serie di spazi importanti per le Bcc, che hanno un modello basato sulla vicinanza al territorio. Le grandi fusioni, infatti, finiscono per allontanare sempre di più il cliente, risparmiatore o investitore, dai centri decisionali.

Noi, puntando su un modello di stretta vicinanza alle persone, possiamo trovare nuovi spazi e consolidare quote di mercato importanti, soprattutto per quanto riguarda le famiglie e le pmi».

Vista la spartizione degli sportelli di Mps tra Intesa e Unipol, potreste rilevare voi delle filiali?

«Qualora l'Antitrust dovesse ravvisare che, a seguito delle fusioni, ci sia un eccesso di presenza di sportelli delle banche coinvolte in determinate zone, noi saremmo pronti. Al contrario di molti altri istituti, da tempo noi apriamo nuove filiali. Proprio perché mantenere una vicinanza capillare al cliente è di grande interesse. Pur non conoscendo ancora i dettagli della divisione Unipol-Intesa, i nostri calcoli ci dicono che soprattutto su Modena, Bologna e Reggio Emilia, potrebbero esserci sovrapposizioni. Siamo interessati a valutare eventuali opportunità».

La crisi internazionale non molla la presa: che riflessi ci sono sul credito a pmi e famiglie?

«I dati di Bankitalia ci dicono che, in generale, il credito alle imprese è in aumento, ma questo riguarda soprattutto le grandi aziende; per quelle con meno di venti dipendenti il trend è in calo. Se guardiamo solo a Emil Banca il credito è in aumento, ma è innegabile che l'incertezza geopolitica abbia penalizzato le piccole imprese, le quali hanno un mercato più ristretto e sono spesso subfornitrici dei colossi. Non lanciamo allarmi, ma va tenuto alto il livello di attenzione: se questo scenario incerto

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dovesse continuare, i danni rischiano di essere seri». Quali conseguenze per chi fatica ad accedere a un prestito? «Ci sono due dinamiche principali. Da un lato, la mancanza di fatturato incide negativamente sulla liquidità; dall'altro, nel momento in cui l'imprenditore non ha certezze sul futuro, la prima cosa che fa è bloccare gli investimenti. Questo limita la capacità di guardare avanti e genera un deficit di produttività che, poi, diventa molto difficile da recuperare. Un'impresa, invece, va costantemente aggiornata, soprattutto in momenti di grande trasformazione come quello attuale». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Gazzettino (ed. Udine)

Controllate e partecipate

Premio Maldini, i premi nella residenza di Varmo

`Sabato, alle 18, la cerimonia condotta da Martina Delpiccolo

ANNA VALLERUGO


Cultura &Spettacoli

These New Puritans 'nplugged

Premio Maldini, i premi nella residenza di Varmo

CONCORSO Sarà la personale dimora dello scrittore, situata nel borgo friulano di Santa Marizza di Varmo, entrato nella storia come protagonista del libro vincitore del Premio Campiello 1992, "La casa a Nord Est", ad ospitare la serata finale della 5ª edizione del Premio letterario nazionale Sergio Maldini, organizzato dall'Associazione Toscani in Fvg. Nato per ricordare la figura dello scrittore e il suo amore per il Friuli, terra che conobbe da ragazzo quando vi si trasferì dalla natia Firenze e nella quale, all'inizio degli anni Ottanta, tornò dopo aver vissuto a Bologna e a Roma e aver intessuto prolifici rapporti con buona parte del milieu culturale dell'epoca.

Ecco i libri finalisti segnalati da 15 librerie di tutta Italia, vagliati dalla giuria presieduta da Franca Diamilla Magnelli Maldini e da Paolo Ciampi. "Passeggiate nei piccoli cimiteri" di Claudio Visentin (Ediciclo), segnalato dalla Gulliver di Verona. "Spomenik" di Gianni Galleri (Bottega Errante) segnalato sia da Libreria Pangea di Padova che dalla Libreria Quo Vadis di Pordenone. "Andavano per mare" di Marco Valle (Neri Pozza) proposto da Libreria al Segno di San Vito al Tagliamento.

"Un'altra idea dell'India" di Matteo Miavaldi (Add Editore), segnalato dalla Libreria Moderna di Udine. "E in mezzo scorre l'Africa. Zambia" di Daniele Emilio Bertani (Etabeta Ps), indicata da Libreria Il Giramondo di Torino.

E poi, ancora, "Sulla faglia. Una ricerca biografica in cammino lungo le Terre Mutate" di Chiara Cerri (Mimesis), proposta da Libreria Ubik di Ancona. "Volga Blues" di Marzio Mian (Feltrinelli) indicato da Libreria Coop Friuli di Udine e Libreria Lovat di Trieste, "Fiocchi rossi. Cronache di vita cinese" di Ginevra Barducci (Augh!), libro scelto da Libreria del Viaggiatore lento di Bologna.

"Dall'Alaska alla Patagonia, viaggio attraverso gli ecosistemi più straordinari del mondo" di Valeria Barbi (Laterza), segnalato da Libreria On the road di Firenze, "Verso il Bosforo" di Stefano Cascavilla (Ediciclo) indicata da Libreria L'Angolo dell'Avventura di Roma. "Tutta la polvere dell'India" di Antonio di Vico (Ediciclo), proposta da Libreria Viaggeria (Trento), "In Puglia "di Piero Meli (Giulio Perrone Editore) segnalato da Libreria Liberrima di bari. "Ai confini del mondo" di Marco Lupis (Il Mulino), proposto da Libreria del mare di Milano e infine "Ciclopedia balcanica" di Carla Alexia Dodi (Ediciclo), indicata dalla Libreria Ubik di Gorizia e "Le navi perdute del Capitano Franklin" di Luigi Guarneri (Einaudi) suggerita da Libreria Ubik di Cagliari. Sabato, nella serata organizzata con il patrocinio e sostegno, tra gli altri, del Comune di Varmo e condotta da Martina Del piccolo con inizio alle 18, la proclamazione del romanzo vincitore. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Cittadino

Coop e Cooperazione

TAVOLA ROTONDA

Legacoop Lombardia compie 140 anni: «Il lavoro è uno strumento di inclusione»


MELEGNANO

Finto maresciallo in videochiamata Ma la truffa non va a segno

Svincolo ancora chiuso, cresce la protesta

Legacoop Lombardia compie 140 anni: «Il lavoro è uno strumento di inclusione»

«La cooperazione sociale è l'unica forza economica che avanza proposte per le nuove fragilità».

È stato questo il filo conduttore della tavola rotonda promossa ieri mattina alla cascina Cappuccina di Melegnano. L'occasione sono stati i 140 anni di Legacoop Lombardia, che conta 12.438 soci distribuiti su 149 cooperative. Presente con gli assessori Serena Mazza e Lorenzo Pontiggia, in apertura sono arrivati i saluti del sindaco Vito Bellomo con la presidente della cooperativa sociale Eureka! Eleonora Bortolotti, che gestisce la cascina Cappuccina in zona Montorfano.

«L'inserimento lavorativo genera valore sociale con effetti su lavoratori, famiglie, comunità e territori - ha dichiarato il presidente di Legacoop Lombardia Attilio Dadda -.

La cooperazione sociale contribuisce a costruire coesione, innovazione e sviluppo». Secondo la responsabile del dipartimento Welfare di Legacoop Lombardia e vice presidente Legacoopsociali Marta Battioni, «il lavoro rappresenta uno straordinario strumento di inclusione. Servono percorsi realistici costruiti attorno alle caratteristiche delle singole persone. L'inclusione lavorativa deve diventare una sfida condivisa». Secondo l'assessora regionale alla partita Simona Tironi, «il lavoro è autonomia, dignità e piena partecipazione alla vita della comunità. Regione Lombardia considera l'inclusione lavorativa delle persone più fragili una priorità strategica. Investiamo in un modello che mette al centro la persona. Tutto questo valorizzandone le competenze e le potenzialità». Sempre ieri mattina non sono mancate le testimonianze delle cooperative sociali Arcos, Il Mosaico Servizi, Lo Sciame, Solaris Lavoro e ambiente, Jolly Service e L'officina. I vari relatori hanno condiviso la necessità di una sempre maggiore sinergia tra istituzioni, imprese e cooperazione sociale.

Tutto questo per creare un mercato del lavoro più aperto e inclusivo.

S. Cor.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa (ed. Vercelli)

Coop e Cooperazione

Un investimento da 3 milioni mantendo invariata la superficie vendita

La Coop di Santhià si rinnova "Spesa più semplice e veloce"


Dopo Fdi, ora arriva anche Matteo Salvini
La Pedemontana diventa un caso politico

La Coop di Santhià si rinnova
"Spesa più semplice e veloce"

La Coop di Santhià, questa mattina, riapre al pubblico dopo una ristrutturazione: diventa Superstore, un format già in uso in diversi punti vendita e che permette di fare la spesa «più semplice, veloce e completa», migliorando l'efficienza del negozio.

«Con la trasformazione del negozio di Santhià prosegue il percorso di evoluzione della nostra rete commerciale» commenta Fabio Lischetti, direttore vendite Nova Coop, ieri, accanto alla capa del punto vendite Cristiana Villani e alla sindaca Angela Ariotti.

L'intervento di ristrutturazione avviato dal 6 giugno ha interessato il negozio di via Galileo Ferraris per un investimento di circa 3 milioni di euro. Pur mantenendo invariata la superficie di vendita di circa 1.800 metri quadrati, il nuovo Superstore presenta un'organizzazione degli spazi completamente ripensata per rendere più intuitivo il percorso di acquisto e valorizzare i reparti maggiormente richiesti dai consumatori.

Tra le principali novità figura il nuovo ingresso, riposizionato per migliorare l'accessibilità e la visibilità dell'area commerciale, accanto al quale trova posto il rinnovato Novapoint, il centro servizi dedicato a soci e clienti.

Per velocizzare la spese, sarà attivo il servizio Salvatempo, riservato ai soci. Il sistema consiste nell'utilizzo di un dispositivo mobile da prendere all'ingresso per scannerizzare i prodotti in fase di scelta e pagare in casse dedicate, riducendo i tempi di attesa. Inoltre, anche le casse tradizionali sono state dotate di un accettatore automatico di tutti i sistemi di pagamento, che favorisce la velocità e la precisione delle operazioni. «L'investimento realizzato conferma la volontà della Cooperativa di continuare a investire nei territori in cui opera. Un punto di riferimento per oltre 4.500 soci del punto vendita e per i consumatori del territorio» ha concluso Lischetti. Per celebrare la conclusione dei lavori, nei pomeriggi del weekend dal 2 al 4 luglio il Superstore propone iniziative dedicate alle famiglie con attività gratuite di animazione in galleri.a.buc. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Tirreno

Coop e Cooperazione

MARE IN SICUREZZA

Nuovo defibrillatore a Baratti «Tutta la costa è cardioprotetta»

Ieri la cerimonia d'inaugurazione dello strumento donato da Coop

LUCA CENTINI


Piombino

MARE IN SICUREZZA

Questo defibrillatore è stato donato da Unicoop Etruria

Nuovo defibrillatore a Baratti «Tutta la costa è cardioprotetta»

Ieri la cerimonia d'inaugurazione dello strumento donato da Coop

Rigassificatore, il comitato non demorde Presentato un esposto all'Unione Europea

Piombino Un nuovo defibrillatore semiautomatico è stato donato da Unicoop Etruria al Consorzio Balneari Costa Est, società che gestisce del servizio di salvamento nel litorale di Piombino e di San Vincenzo. Un altro passo compiuto per la sicurezza dei bagnanti, in una costa interamente cardioprotetta e sorvegliata.

La cerimonia Oltre cento assistenti bagnanti formati dalla Fin sul territorio, 42 torrette sia nei tratti di spiaggia pubblica che in quelli in concessione, circa 20 defibrillatori distribuiti sul litorale. Tutte le dieci torrette pubbliche, la cui gestione è stata affidata con un bando dal Comune di Piombino, sono dotate di Dae. Un servizio fondamentale in caso di emergenza sanitaria che ha anche un valore importante dal punto di vista turistico.

A Piombino e a San Vincenzo la sicurezza dei bagnanti è al primo posto, lo dimostrano i numeri che Federico Lubrano, responsabile del Consorzio Balneari Costa Est, ha snocciolato nel corso della cerimonia di consegna del defibrillatore semiautomatico avvenuta ieri mattina presso la torretta situata nella spiaggia libera di Baratti, ai piedi del ristorante La Perla. Alla cerimonia hanno preso parte, tra gli altri, oltre al Consorzio Balneari Costa Est, la coordinatrice del servizio Salvamento Larissa Belinska, la Capitaneria di porto con il Capo di terza classe Chicco Daniele Busetti, Unicoop Etruria con la responsabile dell'area soci Valeria Magrini e con una delegazione di soci, e Avis San Vincenzo con il presidente Maurizio Viliani.

«Ringrazio pubblicamente Unicoop Etruria che dal 2016 è vicina alle attività del Consorzio Balneari - racconta Lubrano - con la donazione di oggi sono più di dieci i defibrillatori donati nel tempo da Unicoop Etruria a cui va tutta la nostra gratitudine. La maggior parte dei salvataggi di cui i nostri assistenti bagnanti sono stati protagonisti sono stati fatti anche grazie alla generosità di chi ha donato i defibrillatori». Presente alla cerimonia anche Avis San Vincenzo che sostiene l'attività delle squadre di salvamento, fornendo le magliette agli oltre cento bagnini della Val di Cornia «Il piano di salvamento è costoso - fa presente Lubrano - richiede investimenti cospicui, quest'anno abbiamo acquistato anche un quad e dei Sup per migliorare la nostra strumentazione. A tale proposito le donazioni dei nostri partner come Coop ed Avis è molto importante per noi».

I numeri Sono più di cento gli assistenti bagnanti con brevetto rilasciato dalla Fin che ruotano nelle torrette allestite nei tratti di spiaggia libera e in concessione (sia stabilimenti balneari che punti blu) di Piombino e di San Vincenzo. Puntando la lente sul territorio di Piombino (Costa est, Baratti e costa urbana) le torrette sono 42. Due di queste, al Quagliodromo, sono di competenza dalla Autorità

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno

Coop e Cooperazione

di sistema portuale dell'Alto Tirreno e gestite con il personale del consorzio, dieci sono comunali (affidate tramite bando e gestite con personale del Consorzio), le restanti sono situate nei tratti di spiaggia in concessioni e nelle zone "afferenti" alla concessione e sono coperte per la metà da personale degli stabilimenti privati e e per l'altra metà dal Consorzio Balneari della Costa est, attraverso un sistema che possiamo definire "solidale".

.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Concorrenza GDO

Grande distribuzione

Francesco Avanzini - Conad investe 2,5 miliardi: focus su salute, pet store e ristoranti

Parla il dg Francesco Avanzini: «Stime di crescita del 4% per i prossimi 3 anni» Quota di mercato al 14,86%, oltre 75mila collaboratori e 3.700 punti vendita

Alessandro Cicognani


Imprese & Territori

Conad investe 2,5 miliardi: focus su salute, pet store e ristoranti

Angelini Industries, ricavi 2025 a quota 1,7 miliardi (+4,6%): bene farmaci e tech

Conad mette sul tavolo un nuovo ciclo di crescita. Dopo avere chiuso il 2025 con un fatturato di 21,72 miliardi di euro, in aumento del 3,83%, e un patrimonio netto poco inferiore ai 4 miliardi, il gruppo ha predisposto un piano di investimenti triennale da 2,5 miliardi che presenterà questa mattina alla comunità finanziaria. Risorse destinate a nuove aperture, ammodernamento dei punti vendita, logistica, digitale ma soprattutto alla diversificazione. L'obiettivo è duplice: rafforzare la leadership dove Conad è già forte e accelerare là dove ci sono margini più ampi.

«Nel 2025 abbiamo dimostrato che crescere in un contesto complesso è possibile, a condizione di avere le idee chiare su dove si vuole andare» spiega Francesco Avanzini, direttore generale di Conad. I numeri gli danno una base solida: quota di mercato al 14,86%, oltre 75mila collaboratori e una rete che supera i 3.700 punti vendita, di cui 125 aperti l'anno scorso. Il primo semestre 2026 conferma una traiettoria di crescita moderata sul core business, con volumi in tenuta e fatturati in lieve aumento. «Siamo in una nuova normalità» dice Avanzini, con consumi «abbastanza statici» e stime di crescita intorno al 4% annuo per i prossimi tre anni, «che dovrebbero portarci a un fatturato di 28 miliardi nel 2028 al netto di eventuali acquisizioni».

Le percentuali a doppia cifra di vent'anni fa sono ormai un ricordo.

Per questo la partita, anche per Conad, non si gioca più solo sul carrello alimentare tradizionale. Nel piano sono previste sì nuove aperture, specie nel Nord del Paese con l'obiettivo di ampliarsi in aree dove il gruppo è storicamente sottodimensionato, ma è un fatto che la demografia sta cambiando la mappa dei consumi: famiglie più piccole, più single, più anziani.

«La torta fa sempre 100, ma le fette si stanno ridistribuendo» sintetizza Avanzini. Per questo la società sta guardando anche ad altro.

La crescente attenzione per la salute, per il pet care e per il consumo fuori casa stanno aprendo mercati prima marginali per la grande distribuzione. «Parafarmacie, pet store, ristorazione, carburanti e servizi digitali» sono le direttrici di maggior espansione conferma il direttore generale. Oggi questi mercati valgono complessivamente circa un miliardo per Conad: ancora poco rispetto ai 21,7 miliardi complessivi, ma con dinamiche di crescita ben più vivaci del largo consumo tradizionale. La rete specializzata è già un pezzo visibile della strategia: i pet store sono arrivati a circa 200 punti vendita; altre 200 sono le parafarmacie; le stazioni di servizio una sessantina.

«La salute, lo star bene, gli animali: sono bisogni che i nostri clienti ci chiedono di intercettare»

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

osserva Avanzini. È una diversificazione che non sostituisce il core business, ma lo affianca.

Dentro il piano ampio spazio è dato anche al digitale. La spesa online alimentare, in Italia, resta intorno al 5%, e non sembra destinata a muoversi da lì, ma il digitale per Conad non coincide solo con l'e-commerce. «Vogliamo offrire digitalmente una serie di opzioni di acquisto, da prodotti fisici a servizi ed esperienze, in modo che il cliente sia sempre più legato a noi». E quindi spazio ai servizi, che vanno dall'agenzia di viaggio alla vendita di prodotti assicurativi. L'altra leva è la marca del distributore, ormai diventata un asse industriale. Per Conad pesa il 33,8% delle vendite e vale 6,5 miliardi, in crescita del 5,7%. Avanzini non mostra intenzione di arretrare davanti alle critiche dei produttori a marchio, che vedono nella private label uno sconfinamento. Risponde con i numeri: «Dietro la marca del distributore c'è un sistema economico molto virtuoso». Secondo le analisi richiamate dal gruppo, Conad genera un contributo al Pil italiano di 17,8 miliardi; sulla Mdd lavorano centinaia di fornitori, in larga parte Pmi italiane, con piani industriali di medio-lungo periodo. «Non è un modello che va contro il mondo dell'industria, ma un sistema che certifica il valore del brand del distributore» sostiene Avanzini. Il tema resterà caldo, anche perché la Mdd cambia gli equilibri tra industria e distribuzione. Ma Conad legge la partita in chiave europea: in Italia la private label è ancora sotto le soglie di Paesi come Regno Unito, Francia, Spagna o Germania, dove in molti casi supera il 50%. La marca del distributore sta tra l'altro evolvendo nel nostro Paese. Nata per dichiarate strategie di prezzo, oggi si è allargata a linee premium, biologiche, salutistiche, regionali e free from che corrono più delle linee di base, segno che la sfida si è davvero spostata sulla capacità di leggere i consumi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Messaggero

Concorrenza GDO

MODELLO ESSELUNGA

Sostenibilità e occupazione: generati 7,6 miliardi di Pil

Persone, filiere e ambiente guidano la strategia. Il dg Gabriele Villa: «È una responsabilità verso la comunità». Attivati 109mila posti di lavoro

Francesco Bisozzi


MODELLO ESSELUNGA
Sostenibilità e occupazione: generati 7,6 miliardi di Pil

el 2025 Esselunga ha donato oltre 3,7 milioni di pasti, investito più di 11 milioni di euro in efficientamento energetico e raccolto circa 12,4 milioni di bottiglie in Pet. Ma il nuovo Piano di sostenibilità 2026-2030, che guiderà la strategia aziendale nei prossimi anni, punta ancora più in alto. Tra i nuovi obiettivi in programma, la riduzione dello spreco alimentare del 30%, la valutazione Esg di oltre il 90% dei fornitori a elevato impatto, la donazione di più di 20 milioni di pasti e l'aumento del 10% delle referenze donabili entro il 2030.

L'azienda, intanto, si conferma un motore per la crescita del Paese. Esselunga conta 28mila dipendenti (il 94% dei collaboratori è assunto con contratto a tempo indeterminato) e fa registrare 109mila posti di lavoro attivati nell'indotto. L'anno scorso l'azienda ha distribuito alle famiglie oltre 3,2 miliardi di euro di reddito da lavoro.

Il contributo fiscale versato dal Gruppo è stato pari invece a 421 milioni di euro. Non solo.

Nel 2025 il Gruppo ha contribuito alla generazione di 7,6 miliardi di euro di Pil, considerando gli effetti diretti, indiretti e indotti attivati nell'economia nazionale. Così è emerso da un'indagine condotta dalla società.

LA STRATEGIA Il nuovo claim di Esselunga, Ogni scelta conta, esprime la convinzione che la sostenibilità sia il risultato di una molteplicità di decisioni che coinvolgono clienti, fornitori, collaboratori e partner. La pensa così anche Gabriele Villa, direttore generale del Gruppo: «In un contesto in cui alle imprese viene chiesto non solo di essere competitive, ma anche di generare valore duraturo, la sostenibilità è una responsabilità verso le persone, i territori e le comunità di cui facciamo parte. Questo impegno affonda le radici nella nostra storia: nel modo in cui costruiamo i negozi, valorizziamo il territorio, sviluppiamo i nostri prodotti e costruiamo relazioni di fiducia con clienti e partner».

Per Astrid Palmieri, direttore Corporate sustainability di Esselunga, il nuovo Piano conferma «la volontà dell'azienda di sostenere persone e comunità, sviluppare filiere e prodotti sempre più responsabili e salvaguardare il pianeta, coinvolgendo tutti gli stakeholder in una crescita condivisa e sostenibile».

Esselunga rappresenta una delle principali realtà italiane della grande distribuzione ed è anche una food company che produce un'ampia varietà di alimenti nei propri centri di lavorazione e produzione, con un'attenzione costante alla qualità, alla sicurezza, all'innovazione e alla valorizzazione del

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Messaggero

Concorrenza GDO

Made in Italy: circa l'88% dei prodotti a marchio è realizzato in Italia. Alla base del modello si conferma il presidio della qualità e della sicurezza alimentare, garantito da controlli rigorosi lungo l'intera filiera, dalla selezione delle materie prime fino allo scaffale.

Nel 2025 sono stati analizzati più di 73mila campioni, di cui la maggior parte nei laboratori aziendali. A questo si affianca un costante monitoraggio dei fornitori e dei processi produttivi, volto a garantire elevati livelli di tracciabilità, trasparenza e tutela del consumatore. Parallelamente, l'azienda continua a investire nell'innovazione dell'offerta, con oltre 2.700 prodotti a marchio sviluppati o rinnovati negli ultimi anni.

GLI OBIETTIVI Sul fronte dello spreco alimentare, grazie alla collaborazione con Fondazione Banco Alimentare e numerose organizzazioni del territorio, Esselunga ha donato nel 2025 oltre 3,7 milioni di pasti, pari a più di 1.800 tonnellate di cibo. Inoltre, grazie alla partnership con Too Good To Go dal 2021 sono stati recuperati 125mila pasti. Nel 2025 il Gruppo ha poi sostenuto diverse attività per le comunità in cui opera. Il programma Amici di Scuola e dello Sport ha raggiunto un valore complessivo di oltre 169 milioni di euro donati dal 2015 (coinvolti più di 250mila studenti in incontri educativi). Nel 2025 Esselunga, insieme ai propri clienti, ha devoluto 1,7 milioni di euro a Fondazione Airc per sostenere la ricerca oncologica pediatrica. Il gruppo promuove poi modelli di economia circolare che coinvolgono direttamente i clienti: lo scorso anno sono state raccolte così più di 12 milioni di bottiglie in Pet, 118mila chilogrammi di capsule di caffè esauste e circa 76mila chilogrammi di oli vegetali. L'attenzione al territorio si traduce anche in interventi di riqualificazione urbana e valorizzazione degli spazi pubblici. Nel corso dell'anno sono stati realizzati più di 9mila metri quadrati di nuove aree verdi e sono stati gestiti circa 189mila metri quadrati di spazi pubblici in collaborazione con le amministrazioni locali. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Nuova di Venezia e Mestre

Concorrenza GDO

UniCredit finanzia EcorNaturaSì venti milioni per la crescita

Le risorse sosterranno il rifinanziamento del debito e gli investimenti

NICOLA BRILLO; TREVISO


Porti, il governo apre ma l'intesa è rinviata

UniCredit finanzia EcorNaturaSì venti milioni per la crescita

nicola brillo treviso Alimentare Supportare lo sviluppo aziendale e la missione ambientale di EcorNaturaSì. UniCredit ha perfezionato un finanziamento da 20 milioni al gruppo leader in Italia nella distribuzione di prodotti biologici e biodinamici. Le risorse permetteranno alla società veneta di rifinanziare la propria esposizione creditizia e di investire nell'espansione e nel miglioramento della sua rete retail, anche tramite l'implementazione di logistica automatizzata, sistemi It all'avanguardia e una maggiore sostenibilità energetica. L'operazione prevede un innovativo meccanismo di aggiustamento del tasso d'interesse legato al raggiungimento di specifici obiettivi di sostenibilità, con particolare attenzione alla tutela della biodiversità. Questa impostazione è coerente con il modello di business di EcorNaturaSì, da sempre orientato alla promozione di filiere agricole in grado di valorizzare la biodiversità, preservare la fertilità del suolo e sostenere produttori impegnati nel rispetto degli ecosistemi naturali.

«La tutela della biodiversità che ogni giorno perseguiamo, oltre ad avere un impatto positivo sugli ecosistemi, comincia ad avere anche un riconoscimento sociale e soprattutto finanziario, come dimostra questa operazione», spiega Fausto Jori, consigliere delegato di EcorNaturaSì, «l'agricoltura biologica e biodinamica con le sue pratiche, d'altra parte, non solo tutela la biodiversità, ma crea molti altri servizi ecosistemici, tra cui in primis il trattenimento del carbonio nel suolo, permettendoci di andare ben oltre la riduzione delle emissioni, verso il bilancio energetico positivo a monte della filiera».

EcorNaturaSì nasce nel gennaio 2009 dalla fusione di due realtà storiche del biologico italiano: Ecor e NaturaSì. Le radici di Ecor risalgono al 1985, a Conegliano, con Ariele, un piccolo negozio di prodotti biologici e biodinamici coltivati da agricoltori locali. Nel frattempo, nel 1992 a Verona, nasce il progetto NaturaSì, con l'intento di creare una rete di supermercati dedicati esclusivamente ai prodotti biologici. In un'epoca in cui il bio era ancora poco conosciuto, Ecor e NaturaSì iniziano una collaborazione basata su sostenibilità, rispetto per l'ambiente e agricoltura etica. Oggi EcorNaturaSì ha oltre 350 negozi in Italia. «Il finanziamento testimonia l'impegno di UniCredit a supportare le imprese nell'adozione di modelli produttivi sostenibili», aggiunge Francesco Mario Iannella, regional manager Nord Est di UniCredit. © RIPRODUZIONE RISERVATA L'interno di un negozio di NaturaSì.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

GdoWeek

Concorrenza GDO

Lidl sul podio dei Top Contact Center 2026/27 per il servizio ai clienti


GdoWeek

Lidl sul podio dei Top Contact Center 2026/27 per il servizio ai clienti

07/01/2026 10:49 Alessandra Bonaccorsi

Per il secondo anno, Lidl Italia conquista il primo posto ai Top Contact Center per la qualità del servizio ai clienti Il discounter conquista la prima posizione nella classifica Top Contact Center 2026/27 , l'indagine sviluppata dall' Istituto Tedesco Qualità e Finanza in collaborazione con La Repubblica A&F su 141mila valutazioni. Nello specifico, Lidl Italia riceve il riconoscimento per il secondo anno consecutivo per la qualità del servizio, nella categoria supermercati economici e al 12° posto nella classifica generale italiana, facendola entrare ufficialmente nella Top 15. "Garantire ai nostri clienti la certezza di un'assistenza attenta e affidabile è per noi una priorità e un impegno quotidiano -commenta Gianfranco Marc Brunetti, chief customer officer di Lidl Italia Questo riconoscimento premia una strategia basata sulla valorizzazione della relazione con il cliente durante tutte le fasi della customer journey, dal primo contatto fino all'esperienza post-vendita. Siamo consapevoli che l'ascolto attivo e l'alta qualità del nostro Customer Care siano leve strategiche per la fidelizzazione e la soddisfazione dei consumatori; per questo continueremo a investire in formazione e innovazione con l'obiettivo di intercettare ogni loro esigenza L'analisi L'indagine ha premiato 342 aziende per cortesia, competenza e rapidità di risoluzione consegnando a Lidl Italia un punteggio di soddisfazione del 67,40%. Il discounter conferma così la posizione già conquistata lo scorso anno e migliora ulteriormente le proprie performance rispetto al 2025. Le novità Per potenziare i servizi al consumatore, Lidl ha introdotto Lidl Interactive Assistant : il chatbot virtuale attivo in modo continuativo che azzera i tempi di attesa e risponde ai clienti anche a negozi chiusi. Tra le sue funzioni più utili, la possibilità di controllare all'istante la disponibilità dei prodotti non food nel punto di vendita di riferimento. Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business.

Per il secondo anno, Lidl Italia conquista il primo posto ai Top Contact Center per la qualità del servizio ai clienti Il discounter conquista la prima posizione nella classifica Top Contact Center 2026/27 , l'indagine sviluppata dall' Istituto Tedesco Qualità e Finanza in collaborazione con La Repubblica A&F su 141mila valutazioni. Nello specifico, Lidl Italia riceve il riconoscimento per il secondo anno consecutivo per la qualità del servizio, nella categoria supermercati economici e al 12° posto nella classifica generale italiana, facendola entrare ufficialmente nella Top 15. "Garantire ai nostri clienti la certezza di un'assistenza attenta e affidabile è per noi una priorità e un impegno quotidiano -commenta Gianfranco Marc Brunetti, chief customer officer di Lidl Italia Questo riconoscimento premia una strategia basata sulla valorizzazione della relazione con il cliente durante tutte le fasi della customer journey, dal primo contatto fino all'esperienza post-vendita. Siamo consapevoli che l'ascolto attivo e l'alta qualità del nostro Customer Care siano leve strategiche per la fidelizzazione e la soddisfazione dei consumatori; per questo continueremo a investire in formazione e innovazione con l'obiettivo di intercettare ogni loro esigenza L'analisi L'indagine ha premiato 342 aziende per cortesia, competenza e rapidità di risoluzione consegnando a Lidl Italia un punteggio di soddisfazione del 67,40%. Il discounter conferma così la posizione già conquistata lo scorso anno e migliora ulteriormente le proprie performance rispetto al 2025. Le novità Per potenziare i servizi al consumatore, Lidl ha introdotto Lidl Interactive Assistant : il chatbot virtuale attivo in modo continuativo che azzera i tempi di attesa e risponde ai clienti anche a negozi chiusi. Tra le sue funzioni più utili, la possibilità di controllare all'istante la disponibilità dei prodotti non food nel punto di vendita di riferimento. 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

GdoWeek

Concorrenza GDO

Gruppo Crai chiude il 2025 con 3,27 miliardi di euro di giro d'affari


GdoWeek

Gruppo Crai chiude il 2025 con 3,27 miliardi di euro di giro d'affari

07/01/2026 11:05 Riccardo Nissotti

La centrale Crai Secom registra ricavi per 186,1 milioni di euro (+38%), con un rafforzamento della redditività Crai , a livello di gruppo, chiude il 2025 con 3,27 miliardi di euro di valore venduto alle casse . La centrale Crai Secom registra ricavi in crescita a 186,1 milioni di euro (+38% rispetto al 2024) ed ebitda aggregato (cioè delle società Crai Secom, Food 5.0 e Sinergia 5.0) pari a 7,1 milioni di euro. A livello di gruppo, l'ebitda si attesta invece a circa 100 milioni di euro. Sviluppo della rete: Crai Mediterranea, la jv Supercentro, Ama Crai Sul fronte dello sviluppo della rete, il gruppo dichiara di aver proseguito l'espansione e l'innovazione dei format. Particolare attenzione alla Campania, destinata, grazie a Crai Mediterranea , a diventare uno dei motori dei futuri sviluppi. La regione sarà protagonista di un piano di aperture nei prossimi tre anni in partnership con l'imprenditore Michele Apuzzo . L'azienda Crai Mediterranea opera in Campania con le insegne Crai e Tuttigiorni, quest'ultimo format every day low price del gruppo. Rimanendo in Sud Italia, lo sguardo passa dalla Campania a Puglia, Basilicata e Calabria, dove l'accordo con Supercentro ha portato nel mondo Crai 120 punti di vendita tra super, superette e cash&carry. Ma non c'è solo il Meridione nel mondo Crai. È previsto nel 2026 anche il remodelling di alcuni negozi di Ama Crai , realtà attiva nel Nord Est e parte del Centro Italia con oltre 200 punti di vendita. Nel 2026 è previsto anche l'arrivo con le prime 10 aperture del format Craigo! , che valorizza la convenienza in centri città, stazioni e aeroporti. Arrivano anche gas e luce nell'offerta con Crai Energy Ci sono poi i servizi . Nel 2025 è stata creata Crai Energy , società che si occuperà (il player sarà operativo quest'anno) di fornitura di elettricità e gas . La nuova entità è costituita in joint venture con Enet Energy, trader del mercato europeo del gas naturale. Il ruolo della centrale Crai Secom Giangiacomo Ibba, presidente di Crai In linea con gli obiettivi del piano " CraiFutura ", progetto lanciato per interpretare con ancora maggiore correttezza i territori, aumentando la vicinanza ai clienti e valorizzando gli imprenditori del mondo Crai, il gruppo prosegue l'evoluzione verso un modello sempre più integrato. Centrale qui il ruolo di Crai Secom, piattaforma cedi, centro di coordinamento per lo sviluppo delle mdd, tema sempre più centrale, e per la definizione dei modelli commerciali. L'intenzione è di "rafforzare il ruolo di Crai Secom - commenta Giangiacomo Ibba , presidente di Crai- come piattaforma industriale del gruppo , con l'obiettivo di generare maggiore efficienza operativa incrementare la marginalità e consolidare la nostra posizione competitiva nel medio-lungo periodo". Anche così Crai vuole creare vicinanza con gli oltre 1.150 comuni in tutta Italia in cui è presente, con una rete di circa 1.800 punti di vendita, tra supermercati, superette e cash&carry. Sul piano organizzativo, Crai Secom ha rafforzato il management con diverse nomine: Giuseppe Cantone

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

(direttore generale), Ugo Tutino (chief people officer), Alessandro Buoso (direttore sviluppo operativo cedi), Fabio Gabanella (direttore ufficio tecnico) e Giuseppe Criscuolo (direttore generale distribuzione Nord Ovest). Per garantire una maggiore coesione tra direzione centrale e realtà territoriali è stato istituito un comitato vendite nazionale per ottimizzare le strategie commerciali. 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

Il Fatto Alimentare

Concorrenza GDO

La spesa costa troppo: tra Francia e Italia il rischio è la speculazione


Il Fatto Alimentare

La spesa costa troppo: tra Francia e Italia il rischio è la speculazione

07/01/2026 11:55 Francesca Faccini

Dopo sei mesi di lavoro e 189 audizioni, a maggio è stata pubblicata l'inchiesta del Senato francese sui margini di guadagno della grande distribuzione organizzata (GDO). L'obiettivo è quello di verificare l'influenza di tutti gli attori della filiera sul livello dei prezzi dei prodotti – alimentari e non – per i consumatori nel tentativo di capire se si sta assistendo a un fenomeno inflazionistico e se esistono abusi nella determinazione dei prezzi. Ciò che ha spinto ad approfondire la questione è l'opacità con cui sono fissati i costi: il sospetto è quello che si vogliano garantire dei margini indebiti ad alcuni soggetti economici andando così a gravare sul potere d'acquisto delle famiglie senza per questo garantire una giusta remunerazione ai produttori e fornitori. Lungo l'intero processo di produzione e commercializzazione, capita infatti che la ripartizione dei guadagni non sia equa e proporzionata ai singoli contributi: tendenzialmente la distribuzione del valore appare molto squilibrata a scapito della filiera a monte (agricoltori, produttori, trasformatori) e a vantaggio della filiera a valle (in particolare la grande distribuzione). L'accusa avanzata dalla commissione d'inchiesta è che le strategie commerciali, che combinano obiettivi di redditività, posizionamento competitivo e attrattività commerciale, portino a una determinazione dei prezzi spesso scollegati dai costi reali dei prodotti. Ad alcuni beni, infatti, si applicano dei margini molto bassi se non addirittura nulli, mentre altri beni sono soggetti a margini elevatissimi. Secondo uno studio sulla creazione di valore e sui costi sociali del sistema alimentare francese pubblicato nel 2024, poco meno della metà delle vendite al consumatore (47%) è caratterizzata dalla guerra dei prezzi che si contendono le catene della grande distribuzione con ingenti investimenti pubblicitari. Ma per compensare i margini negativi legati a queste vendite, i restanti prodotti alimentari sono venduti con margini ben più consistenti. Tali percentuali di ricavi sono pubblicati nel 2024, poco meno della metà delle vendite al consumatore (47%) è caratterizzata dalla guerra dei prezzi che si contendono le catene della grande distribuzione con ingenti investimenti pubblicitari. Ma per compensare i margini negativi legati a queste vendite, i restanti prodotti alimentari sono venduti con margini ben più consistenti. Tali percentuali di ricavi sono però del tutto oscure agli occhi dei consumatori. A una settimana dalla denuncia della commissione d'inchiesta francese che denuncia gli elevati margini applicati agli alimenti sani necessari per compensare i prezzi artificialmente bassi dei prodotti di richiamo ultra-processati, l'associazione dei consumatori Que Choisir Ensemble rende pubblico uno studio che mostra come la politica dei margini eccessivi e irresponsabili sia alla base del meccanismo che fa aumentare notevolmente il prezzo di frutta e verdura biologica. Secondo l'inchiesta di Que Choisir Ensemble, il margine applicato sugli ortaggi bio è in media superiore dell'81% rispetto a quello dei prodotti convenzionali. I dati sono particolarmente sorprendenti per i due cibi più consumati: nel caso del pomodoro bio il prezzo all'origine è del 44% più alto rispetto a quello del pomodoro convenzionale, ma il margine della distribuzione è superiore del 113%. Il che significa che solo il 28% del sovrapprezzo è determinato dal prodotto agricolo, il resto è un margine applicato dalla

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

distribuzione. Per quanto riguarda la mela bio, il margine lordo della distribuzione raggiunge i 2,51 /kg, ovvero il doppio di quello della mela non bio. Tale cifra rappresenta il 61% del prezzo pagato dal consumatore, eppure l'agricoltore ricava solo il 37% di tale prezzo. La situazione francese non sembra però un'eccezione. A dicembre 2025, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha avviato un'indagine conoscitiva sul ruolo svolto dalla grande distribuzione organizzata nella ripartizione del valore aggiunto lungo la filiera agroalimentare e nella formazione dei prezzi finali. Sulla base dei dati ISTAT, difatti, tra ottobre 2021 e ottobre 2025 i prezzi dei beni alimentari hanno registrato un incremento di circa il 25%, ma l'indice generale dei prezzi al consumo si è fermato a un +17,3%. Oltre all'anomalia per cui il costo della spesa al supermercato è aumentato di più rispetto a quello della vita in generale, si lamenta un'altra singolarità. Al netto di questi aumenti, i produttori agricoli accusano spesso una crescita inadeguata dei propri margini, situazione che potrebbe in parte essere determinata dal forte squilibrio di potere contrattuale degli agricoltori rispetto alle catene della GDO. Quello che l'Antitrust deve capire è se c'è effettivamente un rincaro a monte dei prodotti venduto al supermercato o se la grande distribuzione ha approfittato dell'inflazione per rincarare i prezzi più del reale aumento, mettendo di fatti in pratica una dinamica speculativa. È chiaro che la flessione dei prezzi dei generi alimentari dipende da molteplici fattori, tra cui il verificarsi di eventi climatici estremi, conflitti bellici - pensiamo agli effetti della guerra in Ucraina sul costo del grano -, l'aumento della richiesta di determinati prodotti, la presenza di malattie - è questo il caso delle conseguenze determinate dall'aviaria sul prezzo delle uova -, ma il timore è che gli eventi mondiali non siano gli unici responsabili di tali rincari. © Riproduzione riservata. Foto: Depositphotos .

Gazzetta di Modena

Concorrenza GDO

Via Canaletto, il «Percorso partecipato? Va rinviato all'autunno» comitato:


MODENA

«Il bando commercio della Regione? Dieci milioni esauriti in 37 secondi...»

Via Canaletto, il comitato: «Percorso partecipato? Va rinviato all'autunno»

Vasco e Modena Park: «Dieci anni fa il concerto L'amore sopra la paura»

Il comitato "Villaggio Europa-Quartiere Sacca" critica il percorso partecipato annunciato da Comune e Conad sulla trasformazione di via Canaletto e chiede che l'iter venga rinviato all'autunno, contestando tempi, modalità e livello di informazione messo a disposizione dei cittadini.

«Accogliamo con perplessità l'annuncio del nuovo percorso partecipato proposto da Conad e recepito dal Comune per la trasformazione di via Canaletto», scrive il Comitato in una nota. Secondo i residenti, il procedimento sarebbe« collegato a una variante urbanistica che prevede un ulteriore ampliamento del polo logistico di via Finzi, i cui dettagli sono al momento sconosciuti ai cittadini».

Tra i punti sollevati c'è il calendario degli incontri, con l'assemblea pubblica prevista entro fine luglio e la fase delle osservazioni nel mese di agosto. Una scelta che il Comitato definisce ironicamente «partecipazione balneare», osservando che «viene il dubbio che una partecipazione a ranghi ridotti sia più gradita per far scivolare la variante verso il Consiglio comunale senza troppi disturbi».

I residenti contestano anche il ruolo dello studio Politecnica, indicato come «facilitatore» del percorso. «C'è un'asimmetria informativa tra chi conosce il progetto nei dettagli e chi è chiamato a esprimersi senza avere tutta la documentazione». Nel merito, il timore è che la riqualificazione di via Canaletto non sia sufficiente a compensare l'impatto di un eventuale nuovo ampliamento logistico. «Davvero l'Amministrazione pensa che basti sistemare via Canaletto per compensare l'impatto di magazzini che raggiungeranno i 15 metri di altezza?», si legge nella nota, che richiama anche i temi del traffico pesante, dell'inquinamento e della carenza di verde nel quartiere.

Il Comitato torna inoltre a rilanciare la proposta di un grande parco pubblico nell'area ex Pro-Latte e critica quella che definisce una progressiva cementificazione della zona.

Da qui la richiesta all'amministrazione: «Se davvero l'obiettivo è favorire la partecipazione, chiediamo un gesto di buon senso: spostare l'iter ai mesi di settembre o ottobre».

Il Comitato annuncia comunque la propria presenza al primo incontro pubblico previsto nel mese di luglio.

.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi

Economia, consumi e società

In Italia il costo del carrello medio si attesta a 81 euro (71 in Germania)


ItaliaOggi
Marketing Oggi
L'inclusione, leva per i brand
Funziona quando appare naturale e non enfatizzata
Immobiliare alberghiero, investimenti a 2,35 mld
In Italia il costo del carrello medio si attesta a 81 euro (71 € in Germania)

Il totale di un classico carrello della spesa composto da 35 articoli alimentari e per la casa acquistati regolarmente nei principali mercati europei dei beni di largo consumo (EU6) è pari a 95,35 euro, quasi 5 euro in più rispetto a tre anni fa.

È quanto evidenzia Circana, secondo cui il valore di questo carrello varia in modo significativo in Europa. La Germania resta il mercato più conveniente, con 71,20 euro, circa 24 euro in meno rispetto alla media EU6. All'estremo opposto, lo stesso carrello costa 104,43 euro in Francia, 100,13 euro nel Regno Unito (+10%) e 98,58 euro nei Paesi Bassi. In Italia, il carrello medio si attesta a 81,49 euro, con un incremento di 4,05 euro rispetto al 2023.

Sebbene la Germania abbia registrato un aumento del 6,5% dei prezzi del carrello negli ultimi tre anni, continua a beneficiare di uno dei settori alimentari più competitivi d'Europa, dove la forte presenza dei discount e l'intensa concorrenza sui prezzi contribuiscono a mantenere i costi della spesa quotidiana ben al di sotto della media europea.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

Dazi e consumi in calo Le Langhe tagliano il vino ma salvano il Barolo

Il Consorzio di tutela riduce del 10% le rese di Nebbiolo e Barbera I viticoltori preoccupati per le quotazioni delle uve sempre più basse

ROBERTO FIORI


Dazi e consumi in calo
Le Langhe tagliano il vino
ma salvano il Barolo

Il protezionismo si abbatte sull'export
Giù le vendite italiane negli Stati Uniti

ROBERTO FIORI ALBA Meno bottiglie di Langhe Nebbiolo e Barbera d'Alba da vendere sul mercato, stop a nuovi vigneti, promozione più efficace e ricerca di mercati alternativi agli Stati Uniti, gravati dai dazi e dal minore potere di spesa degli americani. Anche le blasonate Langhe fanno i conti con la crisi globale del vino e provano a rispondere al rischio sempre più concreto di arrivare alla prossima vendemmia con un eccesso di produzione e le cantine ancora mezze piene.

I produttori aderenti al Consorzio di tutela del Barolo, Barbaresco, Alba, Langhe e Dogliani hanno approvato in assemblea una riduzione delle rese di due denominazioni più esposte al pericolo: il Langhe Nebbiolo Doc e la Barbera d'Alba Doc. Per entrambi, è stata decisa a larghissima maggioranza una riduzione del 10% della resa, che per quest'anno scenderà a 90 quintali per ettaro, contro i 100 quintali previsti dal disciplinare. È ammesso un 20% di esubero, ma solo il 5% potrà essere utilizzato per produrre vino da tavola, mentre il resto dovrà essere obbligatoriamente destinato ad altri usi come succhi di frutta o distillazione.

«Abbiamo ottenuto quasi l'unanimità, la compagine sociale si è espressa con una visione chiara e coerente - è il commento del presidente del Consorzio, Sergio Germano -. In questo scenario, attuare una riduzione del potenziale produttivo è una misura utile per tenere sotto controllo l'offerta, senza interventi drastici. Non avrà effetti positivi nell'immediato, ma è un utile segnale di responsabilità da parte di noi produttori. Inoltre, si inserisce in un programma più ampio di gestione avviato in questi anni e che passa anche attraverso il controllo degli ettari vitati e la promozione». Il Langhe Nebbiolo Doc negli ultimi tempi è cresciuto notevolmente, fino a superare gli 11 milioni di bottiglie prodotte. Già l'anno scorso il Consorzio aveva stabilito il blocco dei nuovi impianti, concedendo la possibilità di ristrutturazione dei vigneti esistenti per un massimo di 70 ettari all'anno. Anche per la Barbera d'Alba la produzione è aumentata e oggi si aggira intorno ai 10 milioni di bottiglie.

A differenza dei produttori di Montalcino, che per la campagna vendemmiale 2026 hanno confermato una riduzione della resa del Brunello da 80 a 70 quintali, escluso il primo ettaro, nessuna forma di contenimento è stata adottata per il Nebbiolo da Barolo e Barbaresco, le due denominazioni di punta dell'Albese, che hanno mantenuto gli 80 quintali previsti dal disciplinare. «Non è stata avanzata alcuna richiesta in merito - dice Germano -.

Continueremo a monitorare con attenzione il mercato, consapevoli delle difficoltà ma anche del potenziale e delle qualità uniche dei nostri vini».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

Secondo le rilevazioni dell'ente camerale cuneese, il prezzo del Barolo Docg annata 2022 sfuso oscilla tra i 6,4 e i 6,8 euro al litro, una delle quotazioni più basse registrate negli ultimi anni. «Avremmo potuto esprimere una posizione più coraggiosa, così come è stato fatto a Montalcino - dice Pietro Oddero, titolare con la famiglia di una delle più antiche cantine di La Morra -. Le Langhe sono terre costose per natura e non dovremmo avere timore di attuare misure di contenimento per salvaguardare il loro valore, facendo leva sulle rese e su un blocco reale dei nuovi impianti». Ma aggiunge: «L'assemblea dei soci è stata comunque un bel segnale di compattezza lanciato dai produttori albesi, che hanno votato in modo coeso, pur con qualche legittimo dissenso. Abbiamo inviato un messaggio al mercato sulle due denominazioni maggiormente in difficoltà e avremmo potuto fare altrettanto anche con il Nebbiolo d'Alba».

Tra i viticoltori non mancano le preoccupazioni sulle quotazioni che potranno ottenere le uve, sempre più vicine ai prezzi di costo. «Stiamo attraversando un periodo complicato, ma non drammatico: il sistema Langhe sta dimostrando di saper reggere le difficoltà attuali» dice Roberto Sarotto, produttore con sede a Neviglie e membro del comitato di presidenza del Consorzio di tutela.

«Per la tenuta del sistema economico, io mi auguro che ci sia un incremento dei prezzi dell'uva, ma non si può non tenere conto del prezzo del vino che attualmente viene venduto sul mercato. Credo che le scelte fatte dai soci siano equilibrate».

Germano invita a guardare positivo: «Il calo dei consumi è generale, non riguarda solo il vino. E all'interno del nostro settore ci sono differenze enormi: soffrono maggiormente le fasce medio basse, mentre con la qualità riusciamo ancora a fare la differenza. I dazi hanno rallentato le esportazioni negli Usa, ma non c'è stato nessun tracollo. Dopo averli subiti, abbiamo imparato ad assorbirli e ora siamo pronti a risalire la china». - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

La realtà dei numeri dietro le dichiarazioni del governo: due miliardi di euro rispetto al 2025

Il protezionismo si abbatte sull'export Giù le vendite italiane negli Stati Uniti

VERONICA DE ROMANIS*


Dazi e consumi in calo Le Langhe tagliano il vino ma salvano il Barolo

Il protezionismo si abbatte sull'export Giù le vendite italiane negli Stati Uniti

15,2

Veronica De Romanis* «Ancora dati positivi per l'export italiano verso i Paesi extra Unione europea», ha dichiarato di recente il Ministro degli Esteri Antonio Tajani. «A maggio», ha spiegato, «l'export ha toccato 27,8 miliardi di euro, in aumento del 6,3 per cento su base annua e dello 0,4 per cento rispetto ad aprile». Per poi concludere «il Governo è al fianco di chi produce, esporta e crea posti di lavoro».

Il ministro ha certamente ragione: i dati sono positivi, ma incompleti. E il rischio, in questi casi, è quello di trasmettere una rappresentazione parziale - e dunque fuorviante - della realtà. Per comprenderne davvero la portata, soprattutto in un'economia di trasformazione come quella italiana, è necessario osservare il quadro nel suo insieme, includendo anche la dinamica delle importazioni.

A maggio sono state pari a 23,9 miliardi con un incremento del 15,4 per cento su base annua e del 3,4 su base congiunturale.

Si registra, dunque, un saldo commerciale verso i Paesi non europei pari a 3,8 miliardi: un miliardo in meno rispetto ad aprile e quattro in meno rispetto a maggio 2025. In sostanza, i dati mostrano un progressivo indebolimento.

Le ragioni sono molteplici, ma tra queste pesa senza dubbio l'impatto delle misure adottate dall'amministrazione statunitense. Basta infatti disaggregare i dati per area geografica per cogliere quanto le nuove barriere commerciali introdotte da Trump stiano incidendo sul nostro commercio estero.

Il surplus commerciale (la differenza tra quanto l'Italia vende all'estero e quanto compra, ndr) verso gli Stati Uniti è stato pari a 2,2 miliardi di euro nel mese di maggio, vale a dire circa due miliardi in meno rispetto allo stesso mese del 2025. Una dinamica che, peraltro, non è episodica ma si trascina ormai da mesi. Se si allarga lo sguardo al periodo gennaio-maggio 2026 - gli ultimi dati disponibili - il saldo con l'economia statunitense scende a 15,2 miliardi, contro i 17,5 miliardi registrati nello stesso periodo dell'anno precedente.

Si potrebbe obiettare che gli scambi internazionali si siano semplicemente riorganizzati lungo direttrici diverse. Del resto, il commercio assomiglia all'acqua di un fiume: quando incontra un nuovo ostacolo - in questo caso un dazio - tende a trovare un altro percorso.

Occorre, quindi, esaminare i dati complessivi. Tra gennaio e maggio 2026 il saldo commerciale con i Paesi extra-Ue è stato pari a 21,4 miliardi di euro, in aumento di circa 3 miliardi rispetto allo stesso periodo del 2025. Un risultato che segnala come, almeno in parte, i flussi commerciali si stiano riallocando. In particolare, si registra una riduzione del deficit con la Cina che scende a 20,3 miliardi, un miliardo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in meno rispetto allo stesso periodo di un anno fa. Un lieve miglioramento. Tuttavia, per una lettura complessiva sarà necessario attendere sia i dati relativi all'area europea, che ad oggi sono disponibili soltanto fino al mese di aprile, sia quelli dell'intero 2026. Una valutazione, ad ogni modo, può già essere avanzata. Come si è già scritto su questo giornale, i dazi fanno male a chi lo mette, certamente, ma anche a chi li subisce: i dati pubblicati sono ad ora lo dimostrano con chiarezza. Per questo occorre prudenza di fronte a dichiarazioni eccessivamente trionfalistiche. Il rischio è quello di scivolare nella logica - ingannevole - del dazio inteso come opportunità. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

Paolo Sartirano - "Sbagliato abbassare la produzione Così guadagneremo ancora meno"

L'imprenditore: "Ho votato contro il calo dei raccolti, non avrà effetti significativi sul mercato"

ALBA


Paolo Sartirano
"Sbagliato abbassare la produzione
Così guadagneremo ancora meno"

Alba «Scusate, non mi lego a questa schiera, morrò pecora nera». A chi gli chiede perché sia stato di fatto l'unico produttore, con qualche delega in mano, a votare contro il taglio delle rese della Barbera d'Alba e del Langhe Nebbiolo, Paolo Sartirano risponde citando Francesco Guccini. «In assemblea - dice il produttore che si divide tra Novello, con la cantina San Silvestro, e Monforte, con Costa di Bussia - ho sentito una canzone stonata. La musica, a mio parere, è ben diversa e ho cercato di spiegarla ai miei colleghi, ma in effetti non ho ottenuto molti consensi».

Vuole provare a spiegarla a noi?

«Partiamo da una considerazione: nella nostra zona e nel nostro settore non è ancora molto comune prendere le decisioni in base ai dati e alle analisi di mercato, che invece dovrebbero essere lette con molta attenzione, perché sono loro a indicarci la strada da percorrere. Anche le statistiche elaborate dall'Osservatorio del vino promosso da Confindustria Cuneo vengono piuttosto ignorate».

Cosa dicono queste statistiche?

«Che la situazione non è così drammatica e che la riduzione delle rese non avrà effetti significativi sull'andamento del mercato. Mi spiego: se guardiamo un dato fondamentale come l'indice mensile di erosione delle giacenze, osserviamo che per il Langhe Nebbiolo è intorno al 5-6%.

Un dato sicuramente in crescita e quindi da tenere sotto osservazione, ma che deve essere rapportato anche alla rapidissima ascesa di questa denominazione, passata da 4 milioni di bottiglie a 11 milioni in pochi anni, distribuendo una notevole ricchezza.

Potrebbe esserci qualche punto critico sulla marginalità e sul prezzo finale, che comunque sta mantenendo posizioni interessanti».

E la Barbera d'Alba?

«Il discorso è simile: il rallentamento nella velocità di assorbimento del prodotto esiste, ma risulta meno marcato rispetto a quanto osservato per Barolo e Barbaresco. Inoltre, il valore del 2025 rimane identico a quello del 2024, segnalando una sostanziale stabilità. Il significativo incremento produttivo registrato nell'ultima campagna non ha generato particolari criticità, segno che la velocità di vendita si mantiene su livelli soddisfacenti».

Quindi?

«Quindi l'abbassamento delle rese del 10% su queste due denominazioni non dice nulla a livello di mercato,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

anche perché è una classica goccia nel mare. Ma se lo guardiamo dal punto di vista dell'agricoltore che vende le uve, il taglio del 10% vuol dire faticare a coprire i costi della vendemmia, che sono sempre più alti. Io faccio un discorso di filiera: non voglio mettere in crisi il mio conferitore, devo pensare alla sostenibilità economica dell'intero sistema».

Ma in un momento di calo generale dei consumi, non è opportuno ridurre la produzione?

«Non dico che dobbiamo produrre di più, dico che dobbiamo puntare su una produzione più identitaria e fare attenzione a non danneggiare l'anello più debole del sistema. Statisticamente, in passato la riduzione delle rese non ha portato nulla di significativo nel sostentamento dei prezzi. Lo abbiamo visto con il Moscato e il Brachetto, ma anche con l'Arneis. Avremmo potuto adottare altri strumenti, come ad esempio ha fatto il Consorzio del Gavi introducendo la riserva vendemmiale». La crisi è evidente anche in Langa? «C'è soprattutto per chi vende prodotto sfuso e aspetta che qualcuno glielo vada a comprare. Oggi in quel settore l'offerta è tanta e la speculazione è dietro l'angolo. Occorre essere onesti: la crisi attuale ha varie motivazioni, ma è anche dovuta all'eccessiva crescita dei prezzi avvenuta una decina di anni fa. Tuttavia, i volumi da noi non sono calati così tanto. E soprattutto, abbiamo le armi per combattere questa fase negativa, andando in giro a cercare nuovi mercati, puntando sulla qualità e sull'identità dei nostri vini, sull'immagine del Piemonte che non è mai stata così alta». Gli Stati Uniti vi preoccupano? «L'America è un mercato fondamentale, che non possiamo perdere. Rispetto ai dazi, ormai ci siamo adattati e abbiamo preso le contromisure insieme ai nostri importatori. Oggi mi preoccupa di più il valore del dollaro, il potere di acquisto dell'americano che si sta erodendo. Per questo cerchiamo anche altri mercati, dal Sud Est asiatico alla Cina e all'Africa. La prossima sarà la mia 43ma vendemmia e non ho mai vissuto un momento così complicato. D'altra parte, non avevo neppure mai visto un raccolto così anticipato come quello di quest'anno, a causa del gran caldo. Dobbiamo adattarci e lo faremo senza esitazioni». La vostra ricetta? «Prima di tutto, la valigia: occorre andare Oltreoceano a spiegare il valore del nostro lavoro e dei nostri prodotti, ma anche cercare nuovi sbocchi che prima, con una visione un po' miope, consideravamo troppo poco. Il 2025 è stato un anno difficile e lo saranno anche il 2026 e il 2027, ma i primi segnali di riscatto sono già evidenti. Io non credo a chi dice che il vino ha perso d'interesse: c'è un consumo più responsabile ed educato, ma questo è un bene per chi come noi punta su prodotti di qualità e su una forte identità territoriale. Cerchiamo anche di offrire bottiglie più pronte e bevibili e in questo il cambiamento di stile in vigneto, assecondato anche in cantina, potrà essere d'aiuto». R. Fio. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Libero

Economia, consumi e società

I BURGER VEGANI? PIENI DI ADDITIVI

Nei prodotti a base vegetale si arriva fino a 199 sostanze conservanti contro le 100 presenti nei corrispondenti di origine animale


I BURGER VEGANI? PIENI DI ADDITIVI

Nei prodotti a base vegetale si arriva fino a 199 sostanze conservanti contro le 100 presenti nei corrispondenti di origine animale

I falsi prodotti made in Italy fanno perdere due miliardi

SE LA LIBERTÀ RELIGIOSA NON È UGUALE PER TUTTI

Mica è detto che facciano male, sì, per carità: però non si può nemmeno spacciarli per un pasto salutare. Ché alla fine basta il nome, "additivi". Lo capisci subito che suona più chimico che naturale. Le ciliegie che la nonna raccoglieva dall'albero nel suo giardino, di conservanti, non ne avevano proprio: alcune erano ammaccate, altre andavano a male subito, però tutte erano genuine (e sicuramente più gustose di quelle che ci sono, carissime, oggi al super).

Il principio è più o meno lo stesso: e prima che s'infiammi la polemica dei buongustai dall'etichetta in mano, d'accordo, son cambiate le esigenze (anche a tavola), la nuova società ha ritmi diversi, i metodi di preservazione dei cibi vanno di conseguenza. Però poi non seppelliamoci sotto la morale bio-veg-free-eco. Dài, su.

NEL PIATTO Siamo quello che mangiamo, e probabilmente non è neppure vero perché quasi sempre non conosciamo ciò che abbiamo nel piatto. Prendi i burger vegetali. Quelli che oramai sono una moda. Di ceci, di tofu, di seitan. Con le lenticchie, con la quinoa, con le zucchine saltate. Che li vendono già confezionati nel loro sottovuoto di plastica al banco frigo del minimarket. Che li trovi in qualsiasi paninoteca sotto l'immancabile opzione vegetariana perché "l'effetto carne" è assicurato: sembra manzo ma non lo è, assomiglia al pollo ma giammai. Ecco, loro sì che sono pieni di additivi. Lo ha scoperto una squadra di ricercatori dell'Ion (ossia dell'Institute for optimum nutrition) di Londra: e sarà che lassù, lungo il Tamigi, il junk-food è una cosa seria, eppure la questione (specie qui, nel resto del mondo) proprio una sciocchezza non è. Gli inglesi dal barbecue veloce hanno cercato di comprare diversi gli alimenti nel modo più scientifico possibile: non si sono limitati all'hamburgerozzo da 200 grammi con o senza bun al sesamo e salsine d'accompagnamento, hanno messo a paragone anche il latte di mandorla con quello vaccino, i brownie (la torta a quadratini morbida al cioccolato tipica della cucina anglosassone) vegani con quelli tradizionali, la carne vegetale con quella animale. Ed è saltato fuori che nei prodotti a base veg gli additivi alimentari sono molti di più. Quasi il doppio.

L'intera gamma degli ingredienti ne conta 1.110 sulla dieta carnivora e 1.566 su quella vegetale, ché già questo come dato è sufficientemente curioso (nutrizionisti e dietologi non fanno che ricordare che è sempre meglio togliere che aggiungere).

Ma il discorso diventa ancora più specifico se ci si ferma a questi benedetti additivi: nei prodotti a base vegetale, gli scienziati, ne hanno contati 199, in quelli animale 100. E anche restringendo il campo alla categoria "E", che è relativa a quelli approvati dall'Unione europea entro determinati limiti,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

la bilancia pende ancora dalla stessa parte: 39 contro 31. È una bella differenza. «Ciò non significa che necessariamente ci sia un aumento del rischio per la salute», spiega Joseph Whittaker, uno dei professori autori dello studio britannico, anche perché «tutti gli additivi analizzati avevano superato i controlli di sicurezza alimentare». E ci mancherebbe il contrario: però noi, forse schizzinosi, forse troppo esigenti, forse un po' sofistici, qualche domandina ce la facciamo. SUCCHI E OLIO DI COCCO Al di là delle convinzioni personali (legittime tutte) sull'alimentazione sostenibile, vale davvero la pena la bistecca di funghi? Non è che sarà come quella storia dei succhi di frutta che ci hanno raccontato da piccoli erano la merenda migliore in assoluto per spezzare i pomeriggi di gioco in cortile e adesso, che siam diventati adulti e ci siamo messi a stecchetto, abbiamo scoperto che in realtà sono pieni di zuccheri tanto che, a questo punto, col senno di poi, tanto valeva cedere al panino con la Nutella? Oppure non diventerà come per l'olio di cocco, spacciato a mo' di superfood per eccellenza da influencer e chef alternativi, pressato a freddo, 100% biologico, un toccasana per il metabolismo, ma che a veder bene ha quasi due terzi in più dei grassi saturi del manzo e un terzo in più di quelli del burro (come l'avocado, del resto: buonissimo, esoticissimo, commercialissimo e pienissimo di grassi buoni, ma anche così calorico che, se non ci stai attento e non controlli i macro, è come papparsi un cheeseburger del McDonald's credendo sia un'insalata)? Non finirà, insomma, come per l'insospettabile petto di pollo, totem dei salutisti di tutto il pianeta, magro e proteico, il cui consumo elevato, però, una ricerca italiana dell'anno scorso ha associato addirittura a un aumento del rischio di tumori gastrointestinali? Certo, vale la massima di sempre (della nonna, appunto): il troppo stroppia, non è l'uso ma l'abuso, eccedere (in qualsiasi pietanza) è sconsigliato. Però se adesso ci scricchiolano persino le diete veg... .

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Relazione Arera

Elettricità, in Italia le imprese pagano +24% sulla media Ue

Prezzo all'ingrosso nel 2025: +89,7% sulla Francia e +77,5% a confronto con la Spagna La causa è legata alla dipendenza del sistema elettrico del Paese dal gas

Lorenzo Pace


Elettricità, in Italia le imprese pagano +24% sulla media Ue

ROMA C'è un numero in particolare che spiega perché le bollette elettriche italiane costino più che altrove in Europa: è il Pun, il prezzo medio dell'energia all'ingrosso, salito nel 2025 a 115,9 euro al megawattora (+7% sul 2024) raggiungendo il valore più alto tra le principali borse europee. Lo ha ribadito ieri Nicola Dell'Acqua, presidente di Arera, durante la presentazione della Relazione annuale in Parlamento. Il confronto con Francia (61,1 euro/MWh) e Spagna (65,3) resta impietoso: il Pun italiano è superiore dell'89,7% alla prima e del 77,5% alla seconda. La causa, per Dell'Acqua, è la dipendenza del sistema elettrico italiano dal gas, che orienta i prezzi all'ingrosso anche se le rinnovabili coprono ormai il 48% della produzione nazionale. Una posizione condivisa da Elettricità Futura, che ha ricordato come tra i compiti dell'Arera ci sia anche «quello di assicurare la tenuta delle imprese produttrici che hanno margini del tutto comparabili a quelle europee».

Sulle famiglie l'effetto è evidente: il prezzo finale dell'elettricità, anche se in calo dell'1,6% nel 2025 a 35,12 centesimi a kilowattora, resta il 13% sopra la media dell'Area euro, soprattutto per la componente energia, più cara di 5,68 cent/kWh. Tra i grandi Paesi, a pagare di più restano le famiglie tedesche (40,23 cent/kWh), l'unica davanti all'Italia. Chi è in maggior tutela paga meno: dal 1° gennaio 2026, 25,2 cent/kWh al netto delle imposte, contro un mercato libero sempre più caro, dove pesa più la fiducia nel marchio che la convenienza reale. Per le imprese il risparmio è minimo: appena l'1% nel 2025, a 26,25 cent/kWh, il 24,1% sopra la media Ue. Se l'elettricità arretra, il gas sale.

Per le famiglie il prezzo cresce del 4,8%, a 13,71 cent/kWh, il 7% sopra l'Area euro. E questo non per la materia prima, ferma a +1,3%, ma per oneri e tasse, balzati del 17,9%. Il prezzo tutelato, del resto, ha continuato a oscillare: dai 130 centesimi al metro cubo di febbraio 2025 è sceso a 102 a dicembre, per poi risalire a 113 a gennaio 2026. Per le imprese, invece, l'Italia resta più conveniente della media europea nonostante un rincaro del 6%: differenziale di -0,78 cent/kWh. Spostandoci sul fronte idrico, il conto cambia soprattutto in base al territorio: una famiglia di tre persone, 150 metri cubi l'anno, spende in media 388 euro: dai 299 del Nord-Ovest ai 479 del Centro. In bolletta pesano acquedotto (38,3%) e depurazione (29,9%); restano alte le perdite di rete, 42,5% a livello nazionale, fino al 50,6% al Sud, contro il 34,4% del Nord-Ovest. Anche per quanto riguarda i rifiuti, il quadro corre a due velocità. Nel 2024, ultimo dato disponibile, la produzione urbana sale del 2,3%, a circa 30 milioni di tonnellate, e la differenziata cresce al 67,7% (oltre 20 milioni di tonnellate): il Nord-Est resta il più virtuoso (77,8%), il Sud - pur con la crescita più rapida, +1,7% - si ferma al 59,9%. La Tari

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

media per una famiglia tipo, nel 2023, era di 311 euro l'anno. A fare da contrappeso sono stati i bonus sociali: 4,3 milioni di famiglie nel 2025 (2,7 milioni per l'elettricità e 1,6 milioni per il gas) per circa 840 milioni erogati sull'elettrico e 165 milioni sul gas. Si è aggiunto, solo per quest'anno, un contributo straordinario di 200 euro per le famiglie con Isee fino a 25mila euro. Il perimetro della tutela si sta allargando anche ai rifiuti, con uno sconto Tari del 25% per le famiglie in difficoltà: ma qui l'estensione, avviata solo nel 2025, si scontra subito con la frammentazione del settore, circa 2.700 enti territorialmente competenti. La stessa, spiega Dell'Acqua, rende difficile applicare in modo uniforme qualsiasi politica nazionale. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

Reconomia

Bollette, il calo c'è ma non basta l'Italia paga più della media Ue

L'Arera certifica prezzi alti rispetto all'Europa per famiglie (+13%) e imprese (+24%) Elettricità Futura: "Colpa del gas, ma bene la riduzione dell'1,6% sull'elettricità"

Diego Longhin


Reconomia

Bollette, il calo c'è ma non basta l'Italia paga più della media Ue

L'Arera certifica prezzi alti rispetto all'Europa per famiglie (+13%) e imprese (+24%) Elettricità Futura: "Colpa del gas, ma bene la riduzione dell'1,6% sull'elettricità"

Una piccola flessione del prezzo della bolletta c'è stata nel 2025, ma per le famiglie e le imprese italiane l'elettricità costa più che della media d'Europa. Lo certifica anche l'Arera, l'Autorità di regolamentazione del settore, guidata da Nicola Dell'Acqua, diventato presidente a gennaio. Vero che il prezzo dell'elettricità per le famiglie è calato dell'1,6%, ma resta comunque del 13% sopra la media dell'area euro. Per le imprese il divario è ancora più pesante: il prezzo finale dell'energia elettrica è superiore del 24,1% rispetto alla media del Vecchio continente. Anche il gas domestico costa di più: +7%.

Nel 2025 i mercati internazionali hanno continuato a risentire delle guerre e delle tensioni geopolitiche.

Così sarà nel 2026. Il prezzo medio dell'elettricità all'ingrosso in Italia, il PUN, è arrivato a 115,9 euro/MWh, il più alto tra le principali borse europee, lontano dai valori di Francia e Spagna. La ragione è strutturale: l'Italia dipende ancora molto dal gas.

«Il sistema energetico italiano ha attraversato nel 2025 una fase di consolidamento dopo gli anni della crisi dei prezzi», osserva Dell'Acqua, «la vulnerabilità strutturale del sistema agli shock esterni non è superata». E il punto, sottolinea, è anche industriale: «Ridurre questo divario non è solo un obiettivo regolatorio: è una condizione di equità sociale e di tenuta del sistema produttivo nazionale».

Numeri che provocano la reazione di Elettricità Futura, l'associazione che rappresenta le imprese del settore: «Arera certifica la discesa del prezzo delle bollette, bene anche la presa di posizione sull'eccessiva dipendenza dalle importazioni di energia che rappresenta una vulnerabilità per il Paese e pesa sulla sua competitività. L'Autorità deve anche garantire la tenuta delle imprese del comparto».

Nel mix elettrico le rinnovabili coprono il 48% della produzione, ma nel 2025 sono diminuite dell'1,5%.

Primo calo dopo anni di crescita. È tornato invece ad aumentare il termoelettrico, +5,2%, mentre il fotovoltaico avanza del 25% e l'idroelettrico crolla del 21%. I consumi di metano cresciuti del 2%, l'import di Gnl è salito del 44%. soprattutto dagli Usa.

Dell'Acqua si concentra anche sul mercato libero dell'elettricità che continua a essere più caro dei servizi tutelati pur rappresentando ormai l'83% dei clienti domestici. Le famiglie tra i 769 venditori

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

scelgono sulla base del nome dell'operatore, non sulla base dell'offerta migliore.

«I differenziali tra le offerte scelte e quelle più efficienti disponibili restano elevati», dice il presidente.

Inoltre «ci sono ancora troppe persone che fanno trading in maniera poco professionale», tanto che Arera sta studiando «una certificazione del venditore di energia».

La relazione tocca anche gli altri servizi. Nell'idrico la spesa media per una famiglia tipo è di 388 euro l'anno, ma il vero nodo sono le perdite: 42,5% a livello nazionale, oltre il 50% al sud e nelle isole. «La crisi idrica non è un'emergenza ricorrente da gestire, è una condizione strutturale da governare», avverte Dell'Acqua. E aggiunge che il successo arriverà quando si smetterà di usare la parola «emergenza» per coprire «un deficit amministrativo e tecnologico». Il settore sembra però aver ingranato «la marcia giusta con 28 miliardi di investimenti». Nei rifiuti cresce la raccolta differenziata, al 67,7%, ma il riciclo resta al 52,3%. La sfida per accelerare è superare la frammentazione comunale e rendere effettivo il principio del «chi inquina paga». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

L'ad di Generali Italia, Fancel: così si risponde ai bisogni delle persone

Il welfare aziendale? Spinge lo sviluppo «Più occupazione e produttività»

Andrea Rinaldi


L'ad di Generali Italia, Fancel: così si risponde ai bisogni delle persone
Il welfare aziendale? Spinge lo sviluppo «Più occupazione e produttività»
20
20,4
IL WELFARE AZIENDALE CHE GENERA VALORE

Prendersi cura dei dipendenti è un albero che dà frutti: porta più produttività, stimola il mercato del lavoro e adempie a un ruolo sociale dell'impresa nella comunità in cui insiste. «Oggi il welfare risponde ai bisogni delle persone: non è un costo, ma un investimento. La sfida è fare welfare sempre meglio, per accrescere lo sviluppo del Paese», dice senza tanti giri di parole Giancarlo Fancel, country manager Italy & ceo di Generali Italia. Parole che hanno un fondamento: la decima edizione del Rapporto Welfare Index Pmi 2026 di Generali Italia, un dossier che ha fotografato oltre 7mila piccole e medie imprese del Belpaese, analizzate in dieci aree, tra cui previdenza e protezione e salute e assistenza.

A leggerlo si scopre, ad esempio, che le aziende «più evolute» registrano una produttività superiore, con un fatturato per addetto che raggiunge i 396 mila euro (+20% rispetto alla media) e una redditività più elevata fino al +40,5%. A questo si affianca una maggiore capacità di crescita e generazione di occupazione: tra il 2021 e il 2024, le imprese con livelli alti di welfare hanno infatti visto aumentare gli addetti fino al 20,4%, il doppio rispetto alle realtà meno strutturate. Risultati che vanno di pari passo con una maggiore capacità di attrazione: nel 2025 il 61,5% delle pmi ha effettuato nuove assunzioni e il dato sale al 78% tra le aziende con welfare molto alto. In un mercato del lavoro sempre più competitivo e selettivo - nota il Rapporto -, il welfare si afferma come fattore distintivo di attrattività, in particolare per i giovani: nelle imprese più attente cresce la presenza di under 30 e la capacità di inserirli stabilmente.

Queste pmi, inoltre, si comportano come un vero agente nei confronti del territorio d'elezione e delle famiglie dei loro dipendenti. Secondo Generali Italia le imprese prese in esame rappresentano una infrastruttura sociale, capace di integrare l'azione pubblica, favorire la collaborazione tra attori diversi e promuovere nuove forme di welfare di comunità. Le più evolute rafforzano le relazioni con il territorio, ricorrendo a fornitori locali (61,7%), sostenendo iniziative sociali (37,3%) e costruendo reti con il terzo settore, che contribuisce all'erogazione di servizi sia alle persone sia alle imprese. «Il Rapporto Welfare Index Pmi 2026 conferma come il welfare aziendale sia oggi parte integrante delle strategie d'impresa e una leva concreta di crescita, capace di generare valore per i dipendenti, le loro famiglie e i territori», sottolinea Fancel. Il 76,5% delle aziende italiane di piccole e medie dimensioni ha infatti superato il livello medio di welfare aziendale. E la soglia che comprende le pmi con un livello molto alto è triplicata, passando dal 10,3% del 2016 al 33,9% del 2026; si è invece ridotto il peso delle aziende che limitano il welfare al solo adempimento contrattuale, con appena il 18,2% delle piccole e medie.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

«In questi dieci anni abbiamo accompagnato un percorso che ha rafforzato la consapevolezza del ruolo sociale delle Pmi, sempre più protagoniste della coesione e dello sviluppo economico. Come gruppo Generali sosteniamo la crescita del tessuto produttivo italiano con iniziative concrete, interpretando il nostro ruolo di partner del Paese».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

I conti pubblici Le tasse

L'evasione? Un freno che pesa 110 miliardi Il record autonomi: non versano il 60%

In calo le imposte non pagate. Per Imu e Iva è il 20%

CARLO COTTARELLI


L'evasione? Un freno che pesa 110 miliardi
Il record autonomi: non versano il 60%
In calo le imposte non pagate. Per Imu e Iva è il 20%
I CONTI PUBBLICI LE TASSE

L' evasione fiscale è uno dei più seri problemi strutturali dell'economia italiana. Per sua natura, però, è anche uno dei più difficili da quantificare e, quindi, anche uno intorno al quale si sono sviluppate incomprensioni, imprecisioni e luoghi comuni. Cerchiamo di chiarire. Le migliori stime esistenti di quanto elevata sia l'evasione in Italia sono quelle contenute nella «Relazione sull'economia non osservata e sull'evasione fiscale e contributiva», un documento preparato annualmente da una Commissione tecnica, ora presieduta dal Prof. Nicola Rossi, e composta, da accademici e tecnici di ministeri, Istat e Banca d'Italia. La Relazione stima l'importo di imposte e contributi sociali che avrebbero dovuto essere pagati in base a dati ISTAT di contabilità nazionale. Per esempio, dalla stima sui consumi degli italiani (che l'Istat deriva da informazioni campionarie) si ricava l'importo dell'IVA (una tassa sui consumi) che avrebbe dovuto essere versata e dal confronto con l'IVA effettivamente versata si ricava una stima di quanto non è stato versato (evasione in senso stretto e IVA dichiarata, ma comunque non versata). E così via per le altre imposte. L'evoluzione Queste Relazioni ci dicono quanto elevata è l'evasione, quali tasse sono più evase e come si è andata evolvendo l'evasione. Le ultime stime si riferiscono al 2023 (purtroppo le stime richiedono dati dettagliati, disponibili con grande ritardo). In quell'anno l'evasione era stimata in 98,5 miliardi (prendendo il punto centrale del range indicato per alcune tasse), ossia, e questo è il dato più rilevante, il 17,3% di quanto dovuto, a cui si aggiungono 11 miliardi di contributi sociali non versati. Il che vuol dire che per ogni cinque euro che dovrebbero essere versati 87 centesimi vengono evasi. Non tutti evadono nella stessa misura.

Al vertice delle tasse evase ci sono quelle sul reddito da lavoro autonomo e impresa: il 60,6% non viene versato (su 5 euro 3 non vengono pagati).

Certo, molti autonomi pagano tutto il dovuto. Ma per chi non ha la ritenuta alla fonte (come per i lavoratori dipendenti per cui l'evasione è quasi nulla), la tentazione a non versare è elevata. Per IVA e IMU l'evasione è intorno al 20% (1 euro su 5). L'imposta sui redditi delle società (IRES) è evasa al 17,7%. Più indietro le altre imposte.

Si tratta di cifre imponenti.

Includendo anche i contributi sociali si arriva a quasi 110 miliardi, soldi con cui si finanzierebbero quattro quinti della spesa sanitaria italiana.

Il che vuol dire che, se l'evasione si azzerasse, la spesa sanitaria potrebbe essere aumentata di quasi l'80%. Attenzione però: se il calo dell'evasione fosse utilizzato interamente per aumentare le entrate e la spesa, la pressione fiscale (ossia il rapporto tra tasse pagate e Pil), già ora molto alto raggiungerebbe

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

valori stratosferici. Più utile è allora calcolare di quanto si potrebbero ridurre le aliquote di tassazione se non ci fosse evasione fiscale. La risposta è che si potrebbero ridurre, in media, del 17,3%.

Un'aliquota del 43% (quella più alta degli scaglioni IRPEF) potrebbe scendere a poco più del 35% e così per tutte le imposte, una bella differenza.

Peccato che non si riesca a mai a ridurre l'evasione! A dire il vero, è un luogo comune che l'evasione sia inattaccabile. A partire dal 2017 l'evasione è calata. Per la media delle quattro imposte più evase (IRPEF per autonomi, IVA, IRES e IRAP) la percentuale evasa è scesa da oltre il 33% nel 2017 a poco più del 26% nel 2022. Il calo non è stato però uniforme: è stato minimo per l'IRPEF per gli autonomi, molto significativo per le altre imposte. Questo calo, il primo da parecchi anni è stato dovuto in gran parte all'obbligo, via via esteso a vari tipi di transazione, di fatturazione elettronica e altre misure più tecniche.

Cosa è accaduto nel 2023, il primo del governo Meloni?

Per il totale delle imposte la percentuale evasa è cresciuta dal 17,1% al, già citato, 17,3%.

Come commentare questo dato? L'incremento è modesto, si tratta ancora di dati provvisori e l'aumento non è generalizzato: per esempio, l'evasione sull'IVA è cresciuta, mentre quella sull'IRES è scesa. Quel che si può dire è che probabilmente la riduzione dell'evasione si è interrotta nel 2023, ma che non c'è stato un chiaro aumento, come alcuni (me compreso, viste alcune misure controverse come l'aumento del tetto sull'uso del contante) temevano. Non sappiamo cosa sia successo dopo il 2023. Il fatto che nel 2024-25 le entrate dello Stato siano andate meglio del previsto (e di quanto sarebbe spiegato da cambiamenti macroeconomici) suggerisce che l'evasione si possa essere ridotta in questo biennio, forse per effetto delle mutate abitudini delle famiglie italiane: col Covid l'uso dei pagamenti digitali è aumentato e nel 2024 il loro volume ha per la prima volta superato quello dei pagamenti con contante. Ma, al momento, questa è poco più di un'ipotesi. I progressi Una cosa però che sappiamo è che negli ultimi anni è continuato il miglioramento nel recupero di quanto è stato evaso. Anche questa attività è importante: sarebbe meglio se non ci fosse evasione, ma se c'è evasione è importante quanto si riesce a recuperare. L'aumento tendenziale non è stato enorme, ma si è passati dall'1,39% del Pil nel 2019, all'1,47% nel 2023 e al 1,60% nel 2025. L'altra buona notizia è che il miglioramento è stato dovuto non alle varie (per me, comunque, inopportune) operazioni di rottamazione, ma a un recupero strutturale. Due principali conclusioni da questi dati. La prima è che combattere l'evasione è possibile: dal 2017 al 2022 ci sono stati risultati concreti che, per lo meno, non sembrano essere stati cancellati negli anni seguenti. La seconda è che l'evasione resta alta. Non possiamo certo accontentarci di averla abbassata al 17,3% di quanto è dovuto. Inoltre, resta inaccettabilmente alta per chi non è soggetto a ritenute alla fonte. Fra l'altro stime della Commissione Ue indicano che, nonostante il calo nell'evasione dell'IVA, nel 2023 eravamo ancora al quinto posto tra i 27 Paesi dell'Unione per evasione di questa imposta, dopo Romania, Malta, Polonia e Lituania. Decisamente dobbiamo fare meglio.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi

Economia, consumi e società

I consumatori premiano attivamente la rappresentazione della disabilità in pubblicità

L'inclusione, leva per i brand

Funziona quando appare naturale e non enfatizzata

ANTONIO RANALLI


Marketing

I consumatori premiano attivamente la rappresentazione della disabilità in pubblicità

L'inclusione, leva per i brand

Funziona quando appare naturale e non enfatizzata

Per anni l'inclusione delle persone con disabilità è stata percepita dai marketer come un terreno scivoloso: troppo visibile e si rischia l'accusa di tokenismo (la pratica di fare uno sforzo superficiale o simbolico per includere persone appartenenti a minoranze), troppo invisibile e si rafforza una delle lacune più evidenti della comunicazione contemporanea. Il risultato? Molti brand hanno preferito non esporsi. Ma oggi questa cautela appare sempre più miope. A ribaltare il paradigma è lo studio «Beyond Visibility: The Disability Inclusion Effect in Advertising», firmato da Joachim Vosgerau, docente di marketing dell'Università Bocconi di Milano, insieme a Martina Cossu e Zachary Estes, che dimostra come l'inclusione, se ben gestita, non sia solo una scelta etica ma un vero vantaggio competitivo. La ricerca, basata su nove studi e oltre 2.300 partecipanti, evidenzia un dato chiave: i consumatori non si limitano a tollerare la rappresentazione della disabilità, ma la premiano attivamente, migliorando valutazioni di brand, prodotto e intenzione d'acquisto. «Sono rimasto scioccato da quanto positivamente i partecipanti abbiano reagito a queste pubblicità», spiega Joachim Vosgerau. «Valutavano meglio l'annuncio, il brand e il prodotto ed erano più propensi a scegliere quei prodotti. È un effetto straordinario». Il contributo più rilevante dello studio non è tanto dimostrare che l'inclusione funziona, ma spiegare come deve essere fatta. Non basta inserire una persona con disabilità in un visual: ciò che conta è ciò che gli autori definiscono «inclusività efficace». Per Vosgerau, significa che «il brand deve essere percepito come promotore attivo dell'inclusione nella società». La differenza si gioca nella narrazione: un conto è normalizzare, un altro è enfatizzare. Il confronto tra campagne lo chiarisce. Gucci ha incluso una modella con sindrome di Down senza enfatizzare la sua condizione all'interno della comunicazione, lasciando che fossero i media esterni a raccontarla.

Victoria's Secret, al contrario, ha costruito la campagna proprio sull'etichetta di «prima modella con sindrome di Down», attirando critiche e accuse di sfruttamento. La lezione per i brand è netta: l'inclusione funziona quando sembra naturale, fallisce quando appare costruita. Uno degli insight più sorprendenti riguarda l'irrilevanza dell'intento percepito. Anche quando l'inclusione nasce da obblighi normativi, l'effetto positivo sui consumatori non cambia. «Le persone non si preoccupano tanto delle intenzioni del brand», osserva Vosgerau, «ma del fatto che le sue azioni favoriscano l'inclusione. Ciò che conta è che la rappresentazione appaia naturale e normale».

Un risultato che ha implicazioni strategiche forti: il dibattito interno tra purpose e compliance perde centralità rispetto all'esecuzione creativa. Se l'inclusione è potente, è anche fragile. Lo studio individua due errori ricorrenti. Il primo è rappresentare la disabilità in termini di vulnerabilità o difficoltà,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

rafforzando la distanza con i consumatori. Il secondo è la cosiddetta «conspicuous communication»: evidenziare esplicitamente la disabilità all'interno dell'annuncio. «Focalizzarsi sulla disabilità implica che il brand veda queste persone come diverse», spiega Vosgerau.

«E questo non aiuta l'integrazione sociale». In altre parole, la pubblicità efficace non mette la disabilità sotto i riflettori: la integra. Nonostante l'evidenza, molti manager rimangono cauti. Secondo lo studio, il 76% ritiene che l'inclusione della disabilità non abbia effetti o possa addirittura danneggiare le vendite tra consumatori senza disabilità. «I manager sono cresciuti con norme culturali diverse e temono di deviare», osserva Vosgerau. «Ma oggi i consumatori premiano i brand che supportano l'inclusività: è il momento di aggiornare queste convinzioni». E i numeri lo confermano: oltre l'80% dei partecipanti agli studi ha reagito positivamente alla pubblicità inclusiva. La ricerca offre anche indicazioni operative chiare. Primo: includere persone con disabilità accanto ad altre, senza differenziazioni. Secondo: evitare di tematizzare la disabilità nella comunicazione. Terzo: lasciare che il racconto dell'inclusione emerga organicamente, anche attraverso terze parti. «Un modello con disabilità dovrebbe essere trattato esattamente come uno senza disabilità», sintetizza Vosgerau. «È così che i consumatori percepiscono un brand come realmente inclusivo». In un mercato sempre più frammentato e sensibile ai temi sociali, l'inclusione della disabilità si rivela quindi non solo un imperativo etico, ma una leva concreta di valore. Non si tratta più di scegliere se farla, ma di imparare a farla bene.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

L'intervista. Gianluigi Greco. Presidente del Comitato di esperti nominati da Palazzo Chigi

Gianluigi Greco - «Intelligenza artificiale, nuovo piano per colmare il gap di Pmi e industria»

Carmine Fotina


«Intelligenza artificiale, nuovo piano per colmare il gap di Pmi e industria»

Regole, vincoli, gestione e controlli. La legge sull'intelligenza artificiale italiana e i suoi primi decreti attuativi sembrano fotografare un'azione di governo più volta a normare e frenare che a liberare energie per l'ecosistema economico. Ma per Gianluigi Greco, l'informatico confermato a capo del Comitato di 13 esperti che si è insediato presso il Dipartimento per il digitale della presidenza del consiglio con il compito di aggiornare la Strategia nazionale sull'AI per il prossimo triennio, era «indispensabile partire da una base solida, allineata al Regolamento europeo, per poi costruire azioni ed interventi con una priorità chiara: recuperare il ritardo nell'uso da parte dei settori produttivi».

Professore, qual è il suo giudizio sullo stato dell'AI in Italia? L'impressione è che il mondo accademico e scientifico sia molto più avanti rispetto al grado di preparazione o di diffusione tra le imprese.

Questo divario esiste, è vero, ma dobbiamo leggerlo come un'opportunità perché oggi la ricerca scientifica rappresenta la locomotiva della tecnologia di frontiera: quello che l'Italia deve fare certamente è trasferirne i benefici alle imprese. A livello di mercato da anni la crescita è vertiginosa, nell'ordine del 50%, ma il contesto italiano ha maggiori difficoltà perché il suo tessuto è fatto prevalentemente di Pmi e microimprese che non richiedono un generico large language model (Llm) ma soluzioni su misura, verticalizzazioni, un adattamento alle loro filiere produttive.

Su questi aspetti il vostro Comitato che obiettivi si darà?

Sarà il focus della nostra Strategia. Cercheremo di rafforzare la nostra competitività in questo settore sia sul patrimonio delle tecnologie sia in termini di adozione. L'altro pilastro sarà costituito da competenze e formazione, in continuità con la Strategia 2024.

Quando parla di tecnologie ha in mente investimenti pubblici per sostenere iniziative nazionali?

Ci sono due temi. Il primo è quello del supercalcolo su cui è stato già fatto tanto, con iniziative del Mur, e con attori di primo piano come il Cineca e il Centro nazionale di ricerca in Hpc, big data e quantum computing. Il secondo riguarda i modelli, ma non tanto la loro creazione - poiché destinati a diventare sempre più delle commodity - quanto come agevolarne la diffusione capillare e la verticalizzazione nei domini di interesse per il sistema Paese, evitando il rischio di lock-in tecnologici. La sfida non si gioca sulla fase di addestramento, bensì sulla sostenibilità economica dell'inferenza dei modelli

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

su larga scala: questa è l'unica strada per consentire a Pmi e Pubblica amministrazione un'integrazione dell'AI che sia stabile, sicura e duratura.

La legge sull'AI ha autorizzato la spesa di 1 miliardo di euro, con gestione di Cdp Venture Capital, da ripartire tra AI, cybersicurezza, quantum computing, 5G. Alla luce dei vostri obiettivi, crede sia un impegno sufficiente?

Sto seguendo le aziende che stanno nascendo grazie al plafond Cdp e devo dire che sono tutte estremamente promettenti.

Quindi, il tessuto delle start-up sta crescendo e queste iniziative portano valore aggiunto.

Certamente, però, si può e si deve fare di più. E uno degli scopi della Strategia è proprio capire come indirizzare al meglio le risorse.

Quali tempi prevede per chiudere il lavoro del Comitato?

Abbiamo alcuni mesi per consultazioni e un ampio confronto con gli stakeholder, credo che potremo arrivare a un documento finale all'inizio del prossimo anno. Un documento operativo. Se la prima Strategia, nel 2024, aveva un compito di inquadramento complessivo, ora lavoreremo nell'ambito dell'attuazione della legge della legge 132 del 2025. E in questo quadro aver aggiunto il coinvolgimento di rappresentanti dei ministeri rappresenta un fondamentale elemento di arricchimento strategico. Diversi elementi della prima Strategia sono rimasti sulla carta. Ad esempio la creazione di una Fondazione unica sull'AI. È un progetto tramontato? È importante ricordare da dove siamo partiti: nel 2024 l'Italia guardava all'intelligenza artificiale con diffidenza e riluttanza culturale. Quella strategia ha avuto il merito di scardinare questa postura difensiva, stimolando il Paese a comprendere le straordinarie potenzialità in gioco e dimostrando come questa tecnologia può essere governata e orientata al benessere collettivo e all'aumento della produttività nazionale. La maggior parte delle azioni è stata attuata. Quanto alla Fondazione, nei fatti è un'idea parzialmente superata dal sistema di governance affidato ad Agid e Agenzia cybersicurezza. Tuttavia, a fronte di diverse Fondazioni che a vario titolo lavorano sull'AI, credo che la Strategia, in raccordo con il Comitato interministeriale per la transizione digitale, possa concorrere a un'opera di coordinamento e di valorizzazione delle iniziative in corso. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

Coesia

Packaging adattativo con l'AI fisica



Da oltre vent'anni Coesia sviluppa tecnologie per l'automazione industriale e il packaging, con applicazioni che spaziano dal food & beverage all'healthcare, dalla cosmetica all'elettronica di precisione. Il gruppo bolognese realizza sistemi per il confezionamento, il riempimento, l'ispezione, il microassemblaggio e la gestione dei flussi produttivi, nei quali convergono meccanica, elettronica, sensoristica, robotica e software. È naturale pertanto l'evoluzione verso la Physical AI, tema del Premio Italiano Meccatronica 2026. Un esempio è il Mixed Palletizer AI-powered sviluppato da FlexLink, società del gruppo, che organizza automaticamente la composizione di pallet misti valutando geometrie, pesi e sequenze dei colli per ottimizzarne stabilità ed efficienza. Il sistema non esegue semplicemente una sequenza predefinita di operazioni, ma interpreta le caratteristiche dei materiali in ingresso e modifica in tempo reale le modalità di movimentazione. Il percorso del gruppo è testimoniato anche dall'attività brevettuale e dagli investimenti nella ricerca di soluzioni per l'automazione, la robotica e la gestione intelligente dei processi industriali. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

La si può assecondare detassando le imprese delle spese per la formazione del personale

L'IA non la può fermare nessuno

Carlo Pelanda, economista internazionale e geostrategist

LORENZO TORRISI


La si può assecondare detassando le imprese delle spese per la formazione del personale

L'IA non la può fermare nessuno

Carlo Pelanda, economista internazionale e geostrategist

LA BANDIERA SVENTOLANDO È DI GRADO DI FORNIRE I CLIENTI FINALI DEI SUOI PRODOTTI

Porte su misura di ogni tipo e Made in Italy da uno stabilimento bresciano con 80 dipendenti

A Sintra ha preso il via il Forum on Central Banking organizzato dalla Bce. Questi mesi non sono certo facili per i Banchieri centrali, perché, come ricorda Carlo Pelanda, economista che ha insegnato alla University of Georgia e che coordina un gruppo di ricerca euroamericano, «oggi c'è molta instabilità geopolitica, contro i cui effetti le Banche centrali non hanno molti strumenti».

Domanda. Ci spieghi meglio.

Risposta. Prendiamo le vicende connesse allo Stretto di Hormuz, che creano un problema legato ai rialzi dei prezzi energetici. Il punto è che non esiste una soluzione di politica monetaria per questo tipo di problema che è prettamente geopolitico e richiede quindi una soluzione geopolitica. Tuttavia, le Banche centrali hanno un mandato: se l'inflazione sale hanno l'obbligo di intervenire per contrastarla tramite un aumento dei tassi. Questo, riducendo la crescita economica, rischia di moltiplicare l'effetto inflazionistico negativo tramite una stagflazione.

D. La Bce, al contrario della Fed, ha alzato i tassi poche settimane fa.

R. Per certi versi è stata sfortunata, perché avrebbe potuto aspettare: dopo pochi giorni è stato raggiunto un accordo tra Usa e Iran che, per quanto non molto stabile, ha portato a una discesa dei prezzi energetici.

D. In precedenti interviste lei ha ricordato come il compito dei Banchieri centrali sia oggi molto difficile.

Pensa lo sia di più per Christine Lagarde o per Kevin Warsh?

R. È difficile per entrambi, ma gli Stati Uniti hanno un modello economico di tipo liberista per cui riescono ad assorbire più rapidamente l'inflazione, in più hanno maggior autonomia energetica e un livello dei tassi di interesse più alto rispetto all'Europa, che quindi appare in una situazione più complicata.

D. Negli Stati Uniti, però, vi sono preoccupazioni legate all'IA, sia sui mercati che nel mondo politico, viste le proteste di diversi cittadini contro la costruzione di data center e per la difesa dei loro posti di lavoro.

R. Ogni volta che c'è un'innovazione tecnologica con impatto sociale non mancano resistenze e rivolte, come insegna il luddismo. Non è tuttavia pensabile che il dissenso, l'ansia, la paura di perdere il lavoro possano fermare l'innovazione tecnologica. È vero che sui mercati finanziari c'è una bolla sui titoli delle aziende di questi comparti, ma gli investitori sanno bene che le novità nel mondo di quella

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

che già negli anni Novanta io definii la robotica cognitiva, oggi impropriamente chiamata intelligenza artificiale, non possono essere fermate.

D. Perché non possono essere fermate?

R. Banalmente perché possono portare al massimo sviluppo dei sistemi militari. Oggi la Cina sta correndo molto su questo terreno e gli Stati Uniti non possono non reagire: sanno bene che per produrre deterrenza occorre mostrare superiorità. Certo, questo tipo di evoluzione pone anche un problema non marginale relativo a quanta delega conferire a un automa in un'azione bellica.

D. La Casa Bianca pare comunque determinata a difendere le aziende di questo settore: Trump ha minacciato dazi al 100% se l'Ue imporrà una digital tax alle Big Tech Usa.

R. Gli europei possono procurare un grosso danno ai volumi commerciali delle aziende americane hi-tech che non hanno concorrenti in questo momento. Nel momento in cui l'Ue minaccia il dominio statunitense del sistema economico europeo Trump, non può non rispondere: deve far prevalere il principio che l'Europa occidentale è un dominio statunitense.

D. È un principio che solamente la Casa Bianca vuole imporre?

R. No, una buona parte dell'establishment politico e finanziario americano ritiene che il modo migliore affinché l'Ue non crei problemi in futuro sia dominarla.

D. Quanto può andare avanti questa reciproca minaccia tra Usa e Ue?

R. L'Ue fa bene a tenere il punto, deve essere paziente e attendere che finisca il mandato di Trump. Nel frattempo ha la necessità di imporre un'accelerazione ai grandi programmi tecnologici. La Germania lo sta facendo in modo silenzioso, ma non pensa certo di europeizzare i risultati. Si può comunque cercare di coinvolgere Berlino in programmi selettivi che avranno un effetto sistemico, come per esempio si vorrebbe fare con il caccia di sesta generazione Gcap, che avrà anche importanti ricadute nel settore civile.

D. Nel frattempo, vedendo anche il caso Volkswagen, ci dobbiamo rassegnare a deindustrializzazione europea causata anche dalle politiche green dell'Ue?

R. L'emergenza climatica esiste, la si può contrastare con politiche di eco-adattamento, tra cui un'accelerazione su rinnovabili e nucleare di nuova generazione, ma approvare regole green che poi hanno risultati decompetitivi per l'industria significa semplicemente essere degli idioti. Un terzo dei problemi della manifattura europea nasce da queste regole, un altro terzo dai costi energetici troppo elevati e il restante terzo va suddiviso tra concorrenza cinese e nuovi sistemi di robotica industriale che chiedono una diversa manodopera, perché tutti i lavori ripetitivi sono sostituibili con maggior efficienza

dai robot. Oggi le aziende manifatturiere per riuscire a stare sul mercato devono attuare questa transizione.

D. Una transizione che rischia di creare problemi sul fronte sociale.

R. Non necessariamente. Per evitare questi problemi occorre formare le persone perché possano svolgere compiti non facilmente rutinizzabili nei sistemi produttivi. Questo implica un aumento della spesa per la formazione continua delle persone, in modo da poter dar loro maggior potere cognitivo. Se lo Stato non vuole farsi carico di questa spesa deve quanto meno detassare le aziende che sostengono i costi dei corsi di formazione per qualificare o riqualificare i loro dipendenti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

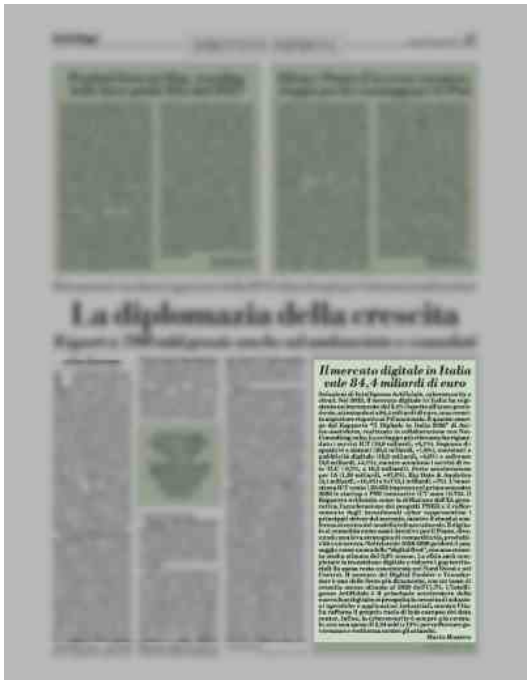
Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

Il mercato digitale in Italia vale 84,4 miliardi di euro

Soluzioni di Intelligenza Artificiale, cybersecurity e cloud.

MARIA MANTERO


La diplomazia della crescita

Il mercato digitale in Italia vale 84,4 miliardi di euro

Soluzioni di Intelligenza Artificiale, cybersecurity e cloud. Nel 2025, il mercato digitale in Italia ha registrato un incremento del 3,4% rispetto all'anno precedente, attestandosi a 84,4 miliardi di euro, una crescita superiore rispetto al Pil nazionale. È quanto emerge dal Rapporto "Il Digitale in Italia 2026" di Anitec-Assinform, realizzato in collaborazione con NetConsulting cube. Lo sviluppo più rilevante ha riguardato i servizi ICT (18,8 miliardi, +8,1%). Seguono dispositivi e sistemi (20,6 miliardi, +1,8%), contenuti e pubblicità digitale (16,9 miliardi, +4,8%) e software (9,8 miliardi, +4,1%), mentre scendono i servizi di rete TLC (-0,7%, a 18,3 miliardi). Forte accelerazione per IA (1,38 miliardi, +47,6%), Big Data & Analytics (2,1 miliardi, +10,4%) e IoT (5,1 miliardi, +7%). L'ecosistema ICT conta 132.832 imprese; nel primo semestre 2026 le startup e PMI innovative ICT sono 10.754. Il Rapporto evidenzia come la diffusione dell'IA generativa, l'accelerazione dei progetti PNRR e il rafforzamento degli investimenti cyber rappresentino i principali driver del mercato, mentre il cloud si conferma al centro del modello infrastrutturale. Il digitale si consolida come asset decisivo per il Paese, divenendo una leva strategica di competitività, produttività e sicurezza. Nel triennio 2026-2029 guiderà il passaggio verso un modello "digital first", con una crescita media stimata del 3,6% annuo. La sfida sarà completare la transizione digitale e ridurre i gap territoriali (la spesa resta concentrata nel Nord Ovest e nel Centro). Il mercato dei Digital Enabler e Transformer è una delle forze più dinamiche, con un tasso di crescita annuo stimato al 2029 dell'11,7%. L'Intelligenza Artificiale è il principale acceleratore della nuova fase digitale: si prospetta la crescita di soluzioni agentiche e applicazioni industriali, mentre l'Italia rafforza il proprio ruolo di hub europeo dei data center. Infine, la cybersecurity è sempre più centrale, con una spesa di 2,24 mld (+12%) per rafforzare governance e resilienza contro gli attacchi. Maria Mantero.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Innovazione e mondo digitale

il caso

La Casa Bianca fa pace con Anthropic via le restrizioni all'export per l'IA

L'azienda, dopo lo scontro con il presidente, potrà far usare all'estero, anche nell'Ue, i suoi ultimi modelli di intelligenza artificiale

MASSIMO BASILE NEW YORK


Trump, guadagni da favola
dunque con le criptovalute
"Ha incassato oltre un miliardo"

La Casa Bianca fa pace con Anthropic via le restrizioni all'export per l'IA

Lo scontro tra il presidente Donald Trump e Anthropic registra una svolta: il gigante californiano dell'Intelligenza artificiale ha annunciato la rimozione delle restrizioni del governo americano all'export dei suoi modelli più avanzati di Ia, Mythos 5 e Fable 5, accusati dall'amministrazione Trump tre settimane fa di rappresentare potenzialmente un rischio per la sicurezza nazionale.

L'annuncio non dissipa le ombre legate all'effettivo utilizzato del sistema. L'amministrazione americana consentirà l'uso dei due sistemi a un ristretto numero di organizzazioni nazionali, lasciando governi, compagnie e istituzioni finanziarie straniere in una specie di limbo.

Nel frattempo gli utenti a livello globale potranno tornare a utilizzare Fable 5, mentre aziende ed enti americani hanno riottenuto l'accesso a Mythos 5 già dal 26 giugno.

Anthropic ha spiegato che sta collaborando con il governo per estendere l'accesso a Mythos «a un gruppo più ampio di partner nazionali e internazionali all'interno del programma Glasswing». E tra questi c'è anche l'Enisa, l'agenzia Ue per la cybersicurezza. Il programma consente ai ricercatori di cybersicurezza di aziende ritenute affidabili di utilizzare Mythos per testare le proprie difese.

In una lettera inviata ad Anthropic, e letta da Reuters e New York Times, il segretario al Commercio Howard Lutnick ha scritto che la società «non avrà più bisogno di una licenza per esportare o trasferire all'interno di altri Paesi i modelli di intelligenza artificiale Claude Mythos e Claude Fable». La lettera riconosce alla compagnia di «aver adottato misure, in stretto coordinamento con il governo degli Stati Uniti, per affrontare i rischi associati ai modelli». Anthropic, ha spiegato Lutnick, ha accettato di collaborare e creato un programma per coinvolgere hacker etici nel cosiddetto red teaming, cioè nel tentativo di individuare fragilità dei sistemi, simulando attacchi informatici. Il governo, però, si riserva il diritto di riesaminare la situazione e, nel caso, di reintrodurre restrizioni. Il 12 giugno il dipartimento al Commercio aveva ordinato ad Anthropic di disattivare l'accesso ai suoi modelli più avanzati per tutti gli utenti al di fuori degli Stati Uniti. La decisione era stata presa per il timore che Cina, Russia e altri Paesi «ostili» potessero usare questi programmi per colpire le infrastrutture americane, dalla rete elettrica al sistema bancario. Mythos era stato considerato l'obiettivo principale degli hacker stranieri, grazie alla sua capacità di individuare falle nei sistemi di sicurezza. ©RIPRODUZIONE RISERVATA