Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 05 settembre 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 05 settembre 2026

Area Emilia Romagna

05/09/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Modena)** Pagina 50 5
«Variante Gimes, in arrivo Dispensa Emilia e posti di lavoro»

04/09/2026 **PiacenzaSera.it** 6
A Fiorenzuola inizia la Festa Multietnica, domenica preghiera interreligiosa

05/09/2026 **Estense** 8
Il diavolo veste Prada 2 all'Arena Coop Alleanza 3.0

Area Sud e Isole

04/09/2026 **TrinacriaNews** 9
MADRÈA seconda edizione a Villa Filippina, a Palermo

Controllate e partecipate

05/09/2026 **Milano Finanza** Pagina 16 *LUCA CARRELLO* 12
Privatizzazione BdM all'ultimo miglio: ecco tutti i pretendenti

05/09/2026 **Milano Finanza** Pagina 20 *ANDREA DEUGENI E ANNA MESSIA* 14
La bussola di Donnet tra indipendenza e valore

05/09/2026 **Milano Finanza** Pagina 21 17
Spezzatino a Milano?

05/09/2026 **Milano Finanza** Pagina 41 *CARLO GIURO* 20
Pmi, la via prudente

05/09/2026 **La Repubblica (ed. Genova)** Pagina 7 *MASSIMO MINELLA* 22
Mazza "Marina di Loano l'offerta green al mercato ci farà crescere ancora"

Coop e Cooperazione

04/09/2026 **Adnkronos.com** 24
Scuola, al via nuova campagna Coop, focus su salute circolare

04/09/2026 **Adnkronos.com** *Redazione Adnkronos* 26
Coop per la Scuola 2026: educare alla Salute Circolare per un futuro più consapevole

04/09/2026 **Adnkronos.com** *Redazione Adnkronos* 27
Educazione: Favarulo (Coop), 'nuova campagna è progetto didattico e culturale'

04/09/2026 **Adnkronos.com** 28
Favarulo (Coop), salute persone collegata a quella animali e ambiente'

04/09/2026 **Adnkronos.com** *Redazione Adnkronos* 30
Educazione: prof.ssa Capua, 'che concetto di Salute Circolare renda i giovani più consapevoli'

04/09/2026 **Adnkronos.com** *Redazione Adnkronos* 31
Capua (Sais): "Salute circolare è un modo di pensare, coinvolgerà tanti giovani"

04/09/2026 **Adnkronos.com** *Redazione Adnkronos* 32
Educazione: Moccia (Geopop), 'far capire ai ragazzi che lo scarto diventa nuova risorsa'

04/09/2026 **Adnkronos.com** *Redazione Adnkronos* 33
Moccia (Geopop), La cultura è il più grande asset per il prossimo futuro'

04/09/2026 **Ansa.it** 34
'Pensiamo circolare', la salute del Pianeta è la nostra salute

04/09/2026 **Ansa.it** 36
Capua 'serve più scienza, sensibilizziamo i giovani'

05/09/2026 **Il Tirreno** Pagina 15 37
Ritirati i permessi per costruire il nuovo Eurospin al Levante

05/09/2026 **Il Tirreno** Pagina 10 39
«Ma così lo spazio accessibile a tutti crescerà Trovata la soluzione migliore nella legalità»

05/09/2026 **Corriere dell'Umbria** Pagina 30 41
Trekking alla scoperta dell'acquedotto medievale

Concorrenza GDO

04/09/2026 **Distribuzione Moderna** 42
Francesco Pugliese entra in Crai come executive advisor

04/09/2026 **Distribuzione Moderna** 43
Esselunga sostiene insieme a Lavazza il progetto "Acqua Sicura" per il Sud dell'Ecuador

04/09/2026 **Distribuzione Moderna** 44
Sole365 è Official Supermarket Partner del Napoli per la stagione calcistica 2026/2027

04/09/2026 **gdonews.it** 45
Supercentro e Carni e Affini consolidano la partnership sotto insegna CRAI

05/09/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Reggio Emilia)** Pagina 36 46
Bosco, esposto di Fd'I all'Antitrust «Verificare la posizione di Conad È troppo dominante sul mercato?»

05/09/2026 **Il Tirreno** Pagina 15 48
Maxi lavori all'ex Brico della Scopaia Spunta l'ipotesi di un altro supermercato

Economia, consumi e società

05/09/2026 **Il Fatto Quotidiano** Pagina 4 *Marco Palombi* 49
Allarme per i consumi: giù la spesa nei negozi e l'automotive si ferma

05/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 18 *Manuela Soressi* 51
Più consumi di acqua minerale ma la fascia premium arretra

05/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 19 *Alessio Romeo* 53
Anche il miele soffre le ondate di caldo Import salito del 18%

05/09/2026 **Italia Oggi** Pagina 17 *SABINA RODI* 55
La regionalità fa la differenza sulle etichette e nel carrello della spesa

05/09/2026 **Milano Finanza** Pagina 29 *GIULIA VENINI* 57
Caro scuola, libri sotto inflazione ma il corredo costa

05/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 3 *Luca Veronese* 59
Il diesel record a 5,85 dollari mette nei guai Donald Trump

05/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 3 *Sissi Bellomo* 61
Il gasolio ora costa il doppio del petrolio (e più del jet fuel)

05/09/2026 **Italia Oggi** Pagina 25 63
Cooperative, si cambia rotta

05/09/2026 **Milano Finanza** Pagina 33 *DAVIDE LENTINI* 65
Aziende italiane in missione per testare l'accordo Ue-Mercosur

Innovazione e mondo digitale

05/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 5 67
Robotica, verso incentivi per l'uso di umanoidi

05/09/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 16 *Corrado Canali* 68
Perché i robot umanoidi trasformano l'industria

05/09/2026 **Italia Oggi** Pagina 9 *ANTONINO D'ANNA* 69
L' IA non deve far paura. Anzi

Il Resto del Carlino (ed. Modena)

Area Emilia Romagna

La minoranza «Vignola Cambia»

«Variante Gimes, in arrivo Dispensa Emilia e posti di lavoro»


Tortellini in piazza
Omaggio al Picchio Rosso
«Variante Gimes, in arrivo Dispensa Emilia e posti di lavoro»
SALDI

VIGNOLA Continuano le prese di posizione dopo la variante urbanistica «Gimes» approvata dalla maggioranza. A intervenire è la minoranza di Vignola Cambia (astenuta in consiglio) che rileva: «Destino ingrato quello di dover difendere la giunta di centrodestra (troppa destra) di Vignola. Ma il Pd dovrebbe prestare più attenzione a quello che scrive quando dice «ennesimo atto sbilanciato a favore dei privati e a danno dei cittadini». Ma questo «ennesimo» cos'è, visto che praticamente è il primo atto di rilievo della nuova giunta?

Poi, la fabbrica di cioccolato non è ridotta all'osso (la superficie è notevolmente aumentata rispetto alla vecchia sede di Viale Vittorio Veneto) ed è stata documentata la storia del cioccolato attraverso manifesti e scatole di latta, sono state realizzate un'aula didattica e un'aula laboratorio. Le opere stradali e gli interventi sulla mobilità sostenibile - prosegue Vignola Cambia - potranno essere valutati insieme a quelli ben più rilevanti che dovrà mettere in campo la nuova Coop. La nuova azienda che si installerà sarà «Dispensa Emilia», con l'assunzione di una ventina di persone».

m.ped.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

PiacenzaSera.it

Area Emilia Romagna

A Fiorenzuola inizia la Festa Multietnica, domenica preghiera interreligiosa


PiacenzaSera.it

A Fiorenzuola inizia la Festa Multietnica, domenica preghiera interreligiosa

09/04/2026 07:26

Fiorenzuola ospita la 29esima edizione della Festa Multietnica, con momenti di riflessione, convivialità e cultura, dal 6 al 13 settembre. "Un'iniziativa di promozione e valorizzazione delle culture appartenenti alle diverse comunità straniere di Fiorenzuola, secondo i principi di uguaglianza, solidarietà e inclusione" spiegano gli organizzatori, l'associazione Fiorenzuola oltre i Confini ODV che quest'anno compie 30 anni. L'anteprima della Festa Multietnica si terrà domenica 6 settembre alle 21 in piazza San Francesco, con "Coltivando la gentilezza": preghiera interreligiosa per la pace con rappresentanti di diverse comunità religiose in dialogo. Il cuore della Festa Multietnica torna a essere la cucina: un luogo di incontro, racconto e condivisione, dove piatti e tradizioni provenienti da diverse parti del mondo si ritrovano alla stessa tavola. Venedì 11 settembre, dalle 19 e 30 in piazza Molinari, si terrà l'apericena multietnico con piatti da Albania, Medio Oriente, Kurdistan e Costa d'Avorio. Dalle 21 e 30 dj set con Psycho Phono: iaggio musicale senza confini. Con i suoi vinili rari attraversa Africa, Caraibi, Medio Oriente e Sud America, trasformando la consolle in un atlante sonoro in continua rotazione. Dietro ogni traccia ci sono ricerca, passione e un amore profondo per suoni dimenticati che tornano a vivere, sorprendendo tanto gli intenditori quanto chi si avvicina per la prima volta. Il 12 settembre alle 17 al Circolo Arci Tre Rose in Largo Gabrielli 8, Incontro con Giovanni Spreafico, fotogiornalista e documentarista, e Alessandro Cimma, fotoreporter e autori della . Modera Manuela Bruschini, dirigente scolastico CPIA Piacenza. Dalle 18 e 30 alle 20 e 30 in piazza Molinari a Fiorenzuola, laboratorio di arteterapia ed espressività e Book Corner: colori, tessuti, materiali creativi e storie dal mondo. Dalle 19 sempre Piazza Molinari Tam Tam X-pression: lezione aperta di percussioni africane a cura del maestro Marco Patanè (per prenotare 347 005 3845 siraba99@hotmail.com) Sempre in piazza Molinari dalle 19 e 30, cena multietnica con piatti da Guinea, Marocco, India, Costa d'Avorio, Albania, Ucraina e Pakistan, con tè marocchino accompagnato da dolcetti e caffè albanese. Alle 21.30 in piazza Molinari concerto live by Mineralna Voda, una formazione in costante movimento tra le musiche dell'Europa orientale, le suggestioni mediorientali e le sonorità occidentali. Un ensemble che fa della contaminazione il proprio linguaggio naturale, intrecciando tradizioni diverse come fili di un unico tessuto umano. Domenica 13 settembre, 10 alle 14 in piazza Molinari a Fiorenzuola area kids con Trucioli Monelli, tanti giochi con materiali semplici in cui la fantasia è la protagonista. Alle 11 premiazione della 7ª edizione di "Comunità in movimento", concorso fotografico della Festa Multietnica: Scioparac di Giorgia Longo (Chiesa della Buona Morte - Via Liberazione, Fiorenzuola d'Arda, dall'1 al 23 settembre pertura tutti i giorni: 10 - 12 e 16 - 19). Chiusura con il pranzo multietnico: dalle 12 sempre in Piazza

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Molinari è la volta del pranzo multietnico: piatti da Guinea, Marocco, Sri Lanka, Ucraina e Pakistan, con tè marocchino accompagnato da dolcetti e caffè albanese. La Festa è organizzata con il contributo di: Biffi Italia S.r.l., Raggio di Sole, Pavidea Bargazzi S.r.l., Gas Sales Energia, Coop Alleanza 3.0, CPIA Piacenza, EG Parrucchieri, Bussandri Automobili, Cavalieri S.r.l., Strade Blu Soc. Coop. Sociale, FOIC - Fiorenzuola Oltre i Confini, Crono Express - Concessionario Pallex Italia, CSV Emilia. Con il supporto del circolo Fotografico di Fiorenzuola, Emporio Solidale Piacenza, e il patrocinio del Comune di Fiorenzuola d'Arda.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Estense

Area Emilia Romagna

Il diavolo veste Prada 2 all'Arena Coop Alleanza 3.0


Estense

Il diavolo veste Prada 2 all'Arena Coop Alleanza 3.0

09/05/2026 00:07 Eugenio Barba, Julia Varley

Sabato 5 settembre con Il diavolo veste Prada 2 tornano Meryl Streep, Anne Hathaway, Emily Blunt e Stanley Tucci, vent'anni dopo il primo film e dentro una crisi che il primo film non poteva immaginare. Vent'anni sono passati davvero, dentro e fuori dallo schermo. Il diavolo veste Prada 2 di David Frankel è all'Arena Coop Alleanza 3.0 del Parco Pareschi sabato 5 settembre, con la stessa sceneggiatrice del 2006, Aline Brosh McKenna, e lo stesso quartetto di attori: Meryl Streep, Anne Hathaway, Emily Blunt, Stanley Tucci. Il punto di partenza non è la moda ma la carta. Le riviste stampate perdono lettori e inserzionisti, e Miranda Priestly deve trattare gli spazi pubblicitari con Emily Charlton, la sua ex assistente diventata dirigente in una grande maison. Andy Sachs torna a Runway come caporedattrice per rimettere in ordine la reputazione di Miranda dopo un'uscita pubblica sbagliata su un marchio di fast fashion finito sotto accusa per le condizioni di lavoro nelle sue filiere. È il seguito di una commedia diventata negli anni un oggetto di culto, e ha il merito di non limitarsi a rimettere in scena le battute che il pubblico aspetta. Il conflitto tra Streep e Blunt sposta il centro del racconto: non più l'apprendista contro la maestra, ma due professioniste che si giocano lo stesso terreno mentre il terreno si restringe. Frankel dirige con lo stesso passo del primo film, e Stanley Tucci si prende ancora le scene migliori.

Sabato 5 settembre con Il diavolo veste Prada 2 tornano Meryl Streep, Anne Hathaway, Emily Blunt e Stanley Tucci, vent'anni dopo il primo film e dentro una crisi che il primo film non poteva immaginare. Vent'anni sono passati davvero, dentro e fuori dallo schermo. Il diavolo veste Prada 2 di David Frankel è all'Arena Coop Alleanza 3.0 del Parco Pareschi sabato 5 settembre, con la stessa sceneggiatrice del 2006, Aline Brosh McKenna, e lo stesso quartetto di attori: Meryl Streep, Anne Hathaway, Emily Blunt, Stanley Tucci. Il punto di partenza non è la moda ma la carta. Le riviste stampate perdono lettori e inserzionisti, e Miranda Priestly deve trattare gli spazi pubblicitari con Emily Charlton, la sua ex assistente diventata dirigente in una grande maison. Andy Sachs torna a Runway come caporedattrice per rimettere in ordine la reputazione di Miranda dopo un'uscita pubblica sbagliata su un marchio di fast fashion finito sotto accusa per le condizioni di lavoro nelle sue filiere. È il seguito di una commedia diventata negli anni un oggetto di culto, e ha il merito di non limitarsi a rimettere in scena le battute che il pubblico aspetta. Il conflitto tra Streep e Blunt sposta il centro del racconto: non più l'apprendista contro la maestra, ma due professioniste che si giocano lo stesso terreno mentre il terreno si restringe. Frankel dirige con lo stesso passo del primo film, e Stanley Tucci si prende ancora le scene migliori.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

TrinacriaNews

Area Sud e Isole

MADRÈA seconda edizione a Villa Filippina, a Palermo


TrinacriaNews

MADRÈA seconda edizione a Villa Filippina, a Palermo

09/04/2026 12:10

Dal 10 al 13 settembre. Tra i protagonisti Raffaele Cantone, Mario Cucinella, Giovanni Bianconi, Simone Gamberini, Giovanna Barni e Francesca Durighel; presenti il vicepresidente della Camera Giorgio Mulè e il sottosegretario alla Cultura Giampiero Cannella. Ma anche musica, libri, laboratori per bambini Domenica il reading teatrale di Ezio Mauro sul referendum del 1946 PALERMO. Che cosa significa cooperare davanti ai problemi dell'oggi? Come si fa crescere un'impresa quando l'accesso al credito è difficile, come si difende il lavoro, come si costruisce sviluppo nei territori contrastando la criminalità organizzata e la corruzione. E ancora: quale futuro attende le comunità costiere, tra blue economy, pesca e acquacoltura, e come dovranno cambiare le città per rispondere alla crisi climatica e a nuovi modi di abitare? Se la prima edizione aveva raccontato la cooperazione a 360 gradi, la seconda prova a fare un passo avanti per misurarsi con questioni molto concrete. MADRÈA – La cooperazione in festa torna a Palermo e si prende quattro giorni, dal 10 al 13 settembre a Villa Filippina, costruiti attorno a quattro temi: futuro, comunità, legalità, sostenibilità. Organizzata da Legacoop Sicilia, MADRÈA fa sedere allo stesso tavolo magistrati, cooperatori, economisti, amministratori, studiosi e giornalisti, ma resta soprattutto una festa aperta alla città: accanto ai confronti ci saranno musica e spettacoli, libri, laboratori per bambini, degustazioni; l' Agorà della Cooperazione, dove incontrare le realtà dell'agroalimentare e dell'artigianato sociale. L'ASP darà la possibilità di effettuare screening e vaccini. Quattro giorni per parlare di credito e degli strumenti finanziari necessari a governare la crescita delle cooperative; del rapporto tra economia sana, legalità e contrasto alla criminalità organizzata; di lavoro cooperativo e della necessità di creare condizioni perché competenze e giovani possano scegliere di restare in Sicilia; di rigenerazione urbana, adattamento climatico e nuovi spazi da abitare. Lo sguardo si allargherà al Mediterraneo con il confronto sulla nuova

Dal 10 al 13 settembre. Tra i protagonisti Raffaele Cantone, Mario Cucinella, Giovanni Bianconi, Simone Gamberini, Giovanna Barni e Francesca Durighel; presenti il vicepresidente della Camera Giorgio Mulè e il sottosegretario alla Cultura Giampiero Cannella. Ma anche musica, libri, laboratori per bambini Domenica il reading teatrale di Ezio Mauro sul referendum del 1946 PALERMO. Che cosa significa cooperare davanti ai problemi dell'oggi? Come si fa crescere un'impresa quando l'accesso al credito è difficile, come si difende il lavoro, come si costruisce sviluppo nei territori contrastando la criminalità organizzata e la corruzione. E ancora: quale futuro attende le comunità costiere, tra blue economy, pesca e acquacoltura, e come dovranno cambiare le città per rispondere alla crisi climatica e a nuovi modi di abitare? Se la prima edizione aveva raccontato la cooperazione a 360 gradi, la seconda prova a fare un passo avanti per misurarsi con questioni molto concrete. MADRÈA - La cooperazione in festa torna a Palermo e si prende quattro giorni, dal 10 al 13 settembre a Villa Filippina, costruiti attorno a quattro temi: futuro, comunità, legalità, sostenibilità. Organizzata da Legacoop Sicilia, MADRÈA fa sedere allo stesso tavolo magistrati, cooperatori, economisti, amministratori, studiosi e giornalisti, ma resta soprattutto una festa aperta alla città: accanto ai confronti ci saranno musica e spettacoli, libri, laboratori per bambini, degustazioni; l' Agorà della Cooperazione, dove incontrare le realtà dell'agroalimentare e dell'artigianato sociale. L'ASP darà la possibilità di effettuare screening e vaccini. Quattro giorni per parlare di credito e degli strumenti finanziari necessari a governare la crescita delle cooperative; del rapporto tra economia sana, legalità e contrasto alla criminalità organizzata; di lavoro cooperativo e della necessità di creare condizioni perché competenze e giovani possano scegliere di restare in Sicilia; di rigenerazione urbana, adattamento climatico e nuovi spazi da abitare. Lo sguardo si allargherà al Mediterraneo con il confronto sulla nuova strategia per le aree costiere, la blue economy, la pesca e l'acquacoltura. Un programma che metterà in dialogo Raffaele Cantone, procuratore della Repubblica di Salerno, il magistrato Dino Petralia, il vicepresidente della Camera Giorgio Mulè ; e attende in città il presidente nazionale di Legacoop Simone Gamberini ; l'architetto Mario Cucinella (da remoto) ; Giovanna Barni, presidente di Culturmedia Legacoop, Filippo Parrino, presidente di Legacoop Sicilia, accanto a rappresentanti del Governo, della Regione, del Parlamento e del mondo economico e sindacale. Edy Tamajo, del presidente della Camera di Commercio, Alessandro Albanese e del direttore di Legacoop Sicilia Angelamaria Peruca ; quindi, il dibattito Finanziare lo sviluppo, governare la crescita si concentrerà sul futuro delle imprese, mettendo a confronto gli strumenti finanziari a disposizione delle cooperative. Modera Fabio Papa, docente alla Sole24Ore Business

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

School, intervengono, tra gli altri, Giampiero Bergami, amministratore delegato Fin4Coop; l'assessore regionale all'Economia Alessandro Dagnino ; Stefano Dall'Ara, responsabile Area finanza Legacoop e presidente CFI; Dino Forini, direttore Cooperfidi Italia; Andrea Passoni e Beatrice Puccetti di Coopfond; Aldo Soldi, presidente di Banca Etica, e Giacomo Terranova, direttore generale dell'IRCA. Chiude Gianluigi Granero, direttore nazionale Legacoop. Venerdì 11 settembre MADRÈA affronta il rapporto tra legalità, corruzione, contrasto alla criminalità organizzata e sviluppo dell'impresa cooperativa . Un tema che in Sicilia significa anche chiedersi come restituire all'economia sana, patrimoni, territori e opportunità. Moderato da Giovanni Bianconi, editorialista e inviato del Corriere della Sera, un dialogo tra il vicepresidente della Camera Giorgio Mulè, il magistrato Dino Petralia e Carolina Varchi, componente della Commissione Giustizia alla Camera; Raffaele Cantone, procuratore della Repubblica di Salerno; Antonello Cracolici, presidente della Commissione regionale Antimafia; Valentina Fiore, responsabile nazionale del progetto Beni confiscati Legacoop; l'avvocato cassazionista Nino Caleca, Felice Giuffrè e Tullio Morello, componenti del CSM. Conclusioni del presidente nazionale Legacoop Simone Gamberini. Sempre venerdì, ma alle 15.30 MADRÈA e partecipa all'incontro organizzato dall'eurodeputato Giuseppe Lupo, componente della Commissione Pesca del Parlamento europeo, con Costas Kadis, commissario europeo per la Pesca e gli oceani : un confronto sul futuro delle comunità costiere e di un settore che, soprattutto in Sicilia, incrocia sviluppo economico, lavoro, sostenibilità e tutela del mare. La giornata proseguirà con un altro sguardo sulla storia e sull'identità cooperativa: la presentazione de Il Ministro con la falce. Storia di un impegno tra cooperazione e competizione, libro scritto a quattro mani dall'ex ministro all'Agricoltura Giuliano Poletti e da Niccolò Guicciardini, che ne parleranno con Simone Gamberini, Emilio Miceli ed Emanuele Sanfilippo, modera il giornalista Rai Claudio Reale. Sabato 12 settembre la domanda si sposta sul lavoro: non soltanto quanto lavoro creare, ma quale lavoro e quale futuro offrire soprattutto a chi rischia di lasciare la Sicilia . Cooperare per lavorare. Il Manifesto del lavoro cooperativo in Sicilia sarà il punto di partenza del confronto introdotto da Carmelo Greco e moderato dalla giornalista Nadia La Malfa. Tra gli interventi, Paolo Amenta, presidente Anci Sicilia; Alessandro Bellavista, ordinario di Diritto del lavoro all'Università di Palermo; Chiara Gribaudo, presidente della Commissione parlamentare d'inchiesta sulle condizioni di lavoro in Italia; Alfio Mannino, segretario generale CGIL Sicilia; Michele Schirru, coordinatore nazionale Generazioni Legacoop; Carmelo Traina, fondatore e portavoce del Patto per Restare, e Antonio Zampiga, responsabile Area Lavoro Legacoop nazionale. Chiude Simone Gamberini. Ed è proprio sabato che Villa Filippina diventerà anche Agorà, la Città della Cooperazione, aperta dalle 10 alle 20: cooperative agroalimentari con i loro prodotti, artigianato sociale, laboratori per i bambini. I più piccoli saranno coinvolti nei laboratori Storie in movimento, Missione Spegni Fuoco e Il mondo degli insetti: piccole comunità, grandi collaborazioni . Alle 17.30 sarà presentato il volume Negli occhi di Giovanni. Storia di un ragazzo di Capaci di Fabrizio Silei e Antonio Vassallo che ne parlerà con il giornalista Mario Azzolini. La seconda edizione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di MADRÈA si chiuderà domenica 13 settembre guardando alle città. Abitare il futuro: adattamento climatico, rigenerazione e nuovi spazi urbani porta dentro Villa Filippina una delle questioni destinate a cambiare più profondamente il nostro modo di vivere. Dopo l'introduzione di Masino Lombardo, vicepresidente vicario di legacoop Sicilia, si confronteranno Giovanna Barni, presidente Culturmedia Legacoop; l'assessore alla Rigenerazione urbana della città di Palermo Maurizio Carta ; il sottosegretario alla Cultura Giampiero Cannella ; l'architetto Mario Cucinella (da remoto); Francesca Durighel, vicepresidente vicaria Coop Alleanza 3.0; Alberto Firenze, direttore generale ASP Palermo; Marco Ingrassia dell'Università di Palermo e il sindaco di Agrigento Michele Sodano. La sera, spazio alla musica e allo spettacolo: un concerto dell'Orchestra Sinfonica Siciliana e un recital jazz del Trio formato dal chitarrista Francesco Buzzurro, da Giuseppe Milici all'armonica e dalla voce soul di Daria Biancardi. Domenica si chiude con " Addio alla Corona " reading teatrale dell'ex direttore di Repubblica e La Stampa, Ezio Mauro che analizza il crollo della dinastia sabauda dopo il Fascismo, le tensioni del voto e le divisioni di un Paese uscito dalla guerra.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

Privatizzazione BdM all'ultimo miglio: ecco tutti i pretendenti

LUCA CARRELLO


PRIMO PIANO

Un Tesoro chiamato Eni

Privatizzazione BdM all'ultimo miglio: ecco tutti i pretendenti

Da problema per lo Stato a gioiellino da 46,9 milioni di utili in un semestre. Dalla privatizzazione di BdM Banca, l'ex Popolare di Bari, il governo punta a incassare un ricco dividendo da 600 milioni. Mica male per un istituto finito in crisi nel 2020 e salvato da Mediocredito Centrale (Mcc) con un intervento da 1,6 miliardi, di cui 1,2 miliardi a carico del Fondo Interbancario (Fitd). La procedura è in mano all'advisor Vitale e le offerte vincolanti sono attese a fine mese, con il Mef che punta a chiudere la vendita entro fine anno. Sarà una gara affollata, con in campo alcuni dei pesi massimi del sistema bancario italiano. BdM ha 217 filiali tra Puglia, Campania, Basilicata e Abruzzo che fanno gola sia a Unicredit sia a Crédit Agricole. Entrambi gli istituti guardano a Bari per rafforzare la loro presenza in Italia e non perdere quote di mercato mentre impazza la seconda fase del risiko. Il ceo Andrea Orcel e i francesi dovranno vedersela però con l'emiliana Credem e con la cordata Iccrea-Popolare di Puglia e Basilicata, che punta a dividersi le filiali di BdM. Tutti attori determinati a portarsi a casa un asset che li rafforzerebbe nel Centro-Sud e su cui potrebbero far girare le rispettive fabbriche prodotto.

Tra politica e mercato. Non sarà solo una questione di prezzo, anche perché il venditore è lo Stato - nello specifico il Mef - che controlla Mcc attraverso Invitalia (advisor Prometeia). Prima dell'estate fonti ben informate vedevano Agricole favorito. Alcuni osservatori pensavano che il governo avrebbe potuto premiare la scelta dei francesi di non interferire sull'opas di Intesa Sanpaolo su Mps, che la partecipata Banco Bpm (29,3%) voleva contrastare all'inizio con una proposta di fusione alla pari. Poi il vento a Roma è cambiato e ad agosto Giorgia Meloni si è spesa a difesa dell'unità di Siena. In caso di successo, Ca' de Sass cederebbe 635 filiali del Monte a Unipol, che poi le conferirebbe nella partecipata Bper (20%). «Mi auguro che Mps non finisca smembrata», ha dichiarato invece la premier in un'intervista a Milano Finanza. Parole sembrate un assist al ceo Luigi Lovaglio, che nei giorni successivi ha risposto a Intesa Sanpaolo con una doppia ops su Bpm e Banca Generali. Addio al credito vantato da Agricole allora? Si vedrà. Anche perché nel frattempo Unicredit è scesa in pista su BdM. E per il governo non sarà semplice dire no a Orcel dopo averne ostacolato la scalata su Piazza Meda puntandogli la pistola fumante del golden power. Pressing locale. Si profila insomma una partita in cui valutazioni finanziarie e politiche saranno affiancate, ma in cui peseranno anche le logiche territoriali. Dalle zone interessate arrivano voci preoccupate perché alle acquisizioni bancarie segue sempre un robusto piano di sinergie, che coincide con il taglio (tramite accordi sindacali) del personale. Ecco perché la politica locale strizza l'occhio alla cordata formata dal gruppo di bcc Iccrea e dalla Popolare di Puglia e Basilicata.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

Due realtà per loro natura più radicate ai territori e che potrebbero limitare al minino le uscite. Gli altri gioielli di Stato. Quella di BdM non è l'unica privatizzazione bancaria in corso. Se la Regione Toscana ha chiesto al Mef di non cedere l'ultima quota (4,9%) rimasta in Mps per difendere i lavoratori e il radicamento a Siena, il governo ha invece le mani libere sulla Cassa di Risparmio di Orvieto, controllata sempre da Mcc. Dopo la fallita vendita alla Banca del Fucino, l'istituto umbro è tornato di nuovo sul mercato. Anche in questo caso le offerte vincolanti sono attese entro la fine di settembre. E, ironia della sorte, gli interessati coincidono con quelli di BdM: in più ci sono Banco Desio e CF+, pronti a portare un altro centinaio di milioni nelle casse dello Stato. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

La bussola di Donnet tra indipendenza e valore

ANDREA DEUGENI E ANNA MESSIA


INTESA SANPAOLO Il 10 settembre l'assemblea voterà l'aumento di capitale per l'opas su Mps. In gioco nozze da 27 miliardi di cloenti, 1.700 miliardi di masse, 16 miliardi di utili al 2029 e 61 miliardi di ritorni agli azionisti

Così nasce la corazzata

I GRANDI AZIONISTI DI INTESA SANPAOLO

La bussola di Donnet tra indipendenza e valore

Sono molti i dossier che, in questi giorni di rientro dalle vacanze, sono già sul tavolo del ceo di Generali, Philippe Donnet: dalle valutazione di collaborazioni commerciali con Mps per scegliere se aderire all'opas lanciata da Siena su Banca Generali (oltre che su Banco Bpm), alle discussioni con Unicredit, anche in questo caso per ragionare di alleanze industriali. Si parla poi di integrazione di Alleanza in Generali Italia, che potrebbe già finire sul tavolo del prossimo consiglio della compagnia triestina, in calendario il 30 settembre. Fino al riassetto avviato nel settore immobiliare. Il primo impegno, assunto con il board di fine agosto, sarà di considerare attentamente gli scenari che si aprirebbero qualora la compagnia decidesse di cedere al Monte la sua quota di poco più del 50% di Banca Generali (con un premio del 10%): un gioiello nella consulenza finanziaria, anche se con un peso contenuto sugli utili del gruppo assicurativo. In cambio di quella vendita Generali diventerebbe azionista del Monte con il 6,4% del capitale. Quota che, considerata l'assenza di un danish compromise per le assicurazioni che detengono quote bancarie, non garantirebbe benefici in termini di assorbimento patrimoniale e sarebbe sottoposta alle norme sulle partecipazioni incrociate tra società quotate. Ma per Generali si aprirebbero nuovi scenari commerciali e industriali, con il possibile accesso alla rete di oltre 1.500 sportelli del Monte per distribuire polizze Vita e Danni, proprio quando, nel 2027, scadrà la storica alleanza bancassicurativa di Mps con Axa. Tutti elementi che Donnet dovrà attentamente valutare nelle prossime settimane con il supporto della Evercore di Luigi De Vecchi e della londinese Zaoui & Co, chiamati come consulenti. Sinergie potranno svilupparsi anche nell'asset management dove Generali, già da tempo, avrebbe voluto fare un salto dimensionale di peso alleandosi con i francesi di Natixis, per creare un colosso europeo del risparmio gestito. Un progetto che è sfumato, anche a causa della freddezza del governo davanti all'ipotesi che una parte del risparmio degli italiani fosse gestita da stranieri. Questa volta l'alleanza con Mps sarebbe tutta italiana, tra la prima assicurazione del Paese e la banca più antica del mondo. Niente è però deciso. La partita Mps-Generali si incrocia infatti, con quella alternativa, dell'opas prima lanciata da Intesa Sanpaolo su Mps-Mediobanca che porterebbe l'istituto guidato da Carlo Messina ad ereditare la partecipazione del 13% di Piazzetta Cuccia, rendendolo il primo socio di Generali, davanti a Unicredit (9%).

Uno scenario, quest'ultimo, che non sembra preoccupare Donnet, che ha più volte ribadito che le scelte di Generali saranno determinate '«dalla volontà di accrescere il valore del gruppo». E più volte, senza fare riferimento esplicito all'opas Intesa, il group ceo del Leone aveva fatto appello alle autorità italiane ed europee che dovranno dare il loro via libera alla scalata di Ca' de Sass affinché venga

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

«tutelata l'indipendenza e l'integrità del gruppo».

Se l'opas Intesa andasse a buon fine, a rafforzarsi sarebbe tra l'altro anche Unipol, diretto concorrente di Generali, che rileverebbe un compendio di 635 sportelli Mps nei quali potrebbe distribuire le sue polizze.

In quest'ottica si legge anche l'attivismo di Donnet sul fronte Unicredit, con il ceo di Generali che, in più occasioni, si è detto molto favorevole a una collaborazione con la banca di Piazza Gae Aulenti, per esplorare insieme ogni genere di opportunità di business, in Italia come anche in altri Paesi. Sul fronte integrità c'è invece un'altra mossa che potrebbe essere utile a compattare il gruppo Generali, magari davanti a possibili scenari di cessioni di asset, in ottica Antitrust qualora, in futuro, Intesa Sanpaolo volesse rafforzare la sua presa sul Leone. In ballo c'è l'integrazione di Alleanza in Generali Italia. Secondo quanto riferiscono a MF-Milano Finanza alcune fonti vicine al dossier, l'operazione straordinaria - tutta interna e gestibile con una certa rapidità in quanto la compagnia guidata da Davide Passero è già controllata al 100% - sarebbe in una fase molto avanzata.

Alleanza è la terza compagnia del settore Vita del Paese e tra le prime nel comparto salute e infortuni. Era rimasta fuori dal grande riassetto delle attività italiane che il Leone aveva realizzato tra fine 2012 e inizio 2013. Per passare da una struttura frammentata, fatta di dieci compagnie e marchi, a una piattaforma molto più integrata, l'allora ceo Mario Greco aveva riorganizzato le controllate accorpandole sotto tre marchi: Generali, Alleanza e Genertel. Alleanza veniva separata come polo dedicato soprattutto alle famiglie e alla rete di produttori dipendenti. Ora, nell'ottica di una maggiore semplificazione e di risparmi, il progetto sarebbe quello di integrare sotto il cappello Generali Italia anche la controllata, anche se le riflessioni finali riguarderanno il destino del marchio e le possibili sovrapposizioni. Con 7,5 miliardi di premi, Alleanza ha un solvency ratio di oltre il 300% e genera circa 600 milioni di utili. Il nodo sarebbe soprattutto industriale. Valore che andrà preservato.

Anche l'immobiliare è finito fra i diversi cantieri aperti a Trieste nelle ultime settimane per creare sviluppo e realizzare risparmi. Generali Real Estate, guidata da Aldo Mazzocco, è uno dei principali operatori europei del settore con oltre 2 mila immobili - con prevalenza di uffici, retail di lusso e una crescente quota nella logistica - che generano circa 400 milioni di euro di affitti e distribuiti principalmente in Italia, Francia, Germania e con una crescente esposizione nell'Est Europa. Fra le gestioni del portafoglio italiano ci sono quelle di asset iconici come Le Procuratie Vecchie in piazza San Marco a Venezia, le torri di CityLife a Milano e Palazzo Bonaparte a Roma. Il valore complessivo? Più di 37 miliardi euro. Di questi, circa 12 miliardi, dunque un terzo, sono in Italia, dove la sgr ha deciso di esternalizzare il facility e property management. Sono i servizi che includono manutenzioni e sorveglianza. La gara è alle fasi finali e l'appalto vale una cinquantina di milioni all'anno. L'esternalizzazione inciderà su un centinaio di risorse. Generali Re inoltre ha avviato i lavori per acquisire circa il 20% di Ream, la sgr delle fondazioni di origine bancaria del Nordovest che gestisce 1,6 miliardi di

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

euro di asset immobiliari. Nel capitale della società ci sono big come Fondazione Crt e Compagnia Sanpaolo, rispettivamente grandi azioniste di Unicredit e Intesa. Per Ream l'operazione mira a una collaborazione strategica con il leader del settore e a un impulso per la raccolta e gli investimenti. Per Generali, secondo alcune fonti, l'ingresso nel capitale della sgr delle fondazioni avrebbe una doppia valenza. Da una parte, crescere in un mercato non ancora abbastanza presidiato, quello del social e student housing, dall'altra posizionarsi in un più ampio riassetto degli equilibri tra i due grandi gruppi bancari del Paese, entrambi presenti nel capitale della compagnia triestina. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

Spezzatino a Milano?

OPAS MPS-BPMNessun premio di concambio, cause in eredità, qualità degli attivi peggiorata, subordinazione nelle nozze e tagli imponenti ai costi. Nell'offerta di Siena si intravedono sacrifici per Piazza Meda


OPAS MPS-BPM Nessun premio di concambio, cause in eredità, qualità degli attivi peggiorata, subordinazione nelle nozze e tagli imponenti ai costi. Nell'offerta di Siena si intravedono sacrifici per Piazza Meda

Spezzatino a Milano?

Spezzatino non sia mai. Più che un grido è ormai un coro che da Siena vede tutti uniti contro la prospettiva dello smembramento della banca più antica del mondo, qualora l'offerta di Intesa Sanpaolo su Mps dovesse avere successo. Dal sindaco della città toscana Nicoletta Fabio, al presidente della Regione, Eugenio Giani, fino ai dipendenti. E ancora dalla maggioranza fino all'opposizione in consiglio comunale, tutti uniti a difendere l'integrità di Rocca Salimbeni.

Un coro che ha preso ancora più vigore dopo l'intervista rilasciata da Meloni a Milano Finanza di venerdì 14 agosto, nella quale la premier si è detta preoccupata - o meglio contraria - rispetto all'ipotesi di spartizione a metà di Mps tra la Ca' de Sass e Unipol-Bper. Piano su cui ha avuto da obiettare anche il responsabile economico del Pd Antonio Misiani ha finito per fare eco nei giorni scorsi.

Lo stesso Luigi Lovaglio nella sua mossa difensiva contro Intesa Sanpaolo ha messo in campo l'integrità della banca, passando di fatto dalla difesa al contrattacco. Assalto a Banco Bpm e Banca Generali con due obiettivi: farsi più grande, raddoppiando le dimensioni, rendendo impossibile la scalata di Intesa e sottrarre a Messina il vero tesoro di tutta la contesa, quel pacchetto di Generali che verrà sì smembrato: usato in parte per distribuire un bel dividendo straordinario ai soci di Mps e per altra parte a disposizione del miglior offerente. Un modo astuto di intralciare se non rendere proibitiva l'operazione di Intesa/Unipol.

Così si salva tutta Mps che, al contrario, diventa perno coagulatore del novello terzo polo, tanto caro a parti importanti del governo.

Ma se dal punto di vista dell'arcigno banchiere lucano, che ha conquistato l'impensabile con la presa di Mediobanca ed è risorto dalle ceneri dopo la cacciata ordita da Caltagirone, tutto può avere una logica, diverso dovrebbe essere il punto di vista degli altri invitati a nozze.

In particolare quello dei soci di Piazza Meda e del suo ceo Giuseppe Castagna.

A partire dal fatto che non c'è nessun premio a partecipare alle nozze per gli azionisti di Banco Bpm. Nella nuova banca che dovrebbe nascere, tra l'altro, i vecchi soci di Mps avrebbero il comando delle operazioni con il 50,1% del capitale, mentre i soci di Bpm si attesterebbero al 37%. Chiaro che comando e gestione sarebbero tutti nelle mani di Lovaglio.

In più dentro casa nel nuovo conglomerato si troverebbero una banca (Siena) che ha una qualità dell'attivo peggiore della banca di Piazza Meda. 2,9 miliardi di crediti deteriorati, pari a un Npe ratio lordo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

del 3,5% e netto dell'1,8% per Mps. A fronte di 2,2 miliardi di crediti malati di BancoBpm con un Npe ratio di 2,2% e netto di 1,22%.

La nuova banca nascerebbe così con un asset quality peggiore della sola Bpm.

Non solo ma Siena si porta appresso l'eredità dei contenziosi. Tuttora sulla banca pendono procedimenti giudiziari per un petitum complessivo di 3 miliardi. Di questi la banca stima che 1,37 miliardi possano essere a soccombenza probabile e per i quali sono stati accantonati a fondo rischi 395 milioni. Se dovesse perdere i contenziosi, c'è il concreto rischio che il fondo stanziato non basti a coprire le richieste di danni.

Certo i punti di vantaggio sono tanti.

L'unione tra Mps stand alone e Bpm vorrebbe dire pro-forma 10 miliardi di ricavi con oltre 4 miliardi di utili netti.

Una buona complementarietà senza eccessive sovrapposizioni territoriali e se la girandola di operazioni con Banca Generali andasse in porto ecco che il nuovo conglomerato promette di raggiungere un ritorno sul capitale tangibile del 19% con un Cet1 poco sopra il 13%. Quanto al supporto all'economia rischia di tradursi in uno slogan un terzo polo attento al credito alle imprese e alle famiglie, dato che Lovaglio ha puntato il faro sul fatto che la nuova banca sarà capital light con una decisa direzione verso i ricavi commissionali che dovranno salire a oltre il 40% dei ricavi totali. Insomma più modello wealth management che banca commerciale. Senza contare che nelle fusioni è più facile che il credito venga contratto anziché aumentato, soprattutto nel caso di affidamenti congiunti. E in ogni caso il tanto sbandierato sostegno al credito è minore di quanto venga propagandato. La sola Mps infatti ha uno stock di prestiti di 81 miliardi a fronte di una raccolta sui depositi della clientela di 86 miliardi con un loan deposit ratio del 94%. Un buon livello certo ma non ancora ottimale. Senza contare che la banca toscana non fa certo sconti (come tutte del resto) sui prestiti. Nel 2025 il tasso attivo su mutui e prestiti è stato del 3,51% a fronte di un costo complessivo della raccolta dello 0,7% con un margine per la banca del 2,81%. Ma la vera sfida anzi il grande enigma che si presenta è come e chi si accollerà ben 1,2 miliardi di sinergie di costo che Lovaglio promette. Un taglio brusco se si pensa che i costi operativi di Piazza Meda valgono 2,78 miliardi e quelli di Siena 1,88 miliardi. Insieme fanno poco oltre 4,6 miliardi di costi cumulati pro-forma. Vuol dire un taglio netto del 26% di tutti i costi dell'aggregato. Del resto Lovaglio si è posto l'obiettivo ambizioso di portare il cost income della nuova entità dal 46% attuale al 36%. Dieci punti percentuali in meno di costi sui ricavi che appunto significano tagli per 1,2 miliardi. In un tempo breve tra l'altro. E così c'è il rischio neanche troppo remoto che il contrattacco del ceo di Siena voglia dire una manovra di lacrime e sangue per i dipendenti innanzitutto, che da soli, pesano per 3 miliardi per le due banche. La controffensiva di Lovaglio evita così lo spezzatino di Siena ma con un rischio sulla carta di grandi sacrifici per i dipendenti e di una manovra molto draconiana sui costi. Ma soprattutto c'è da capire dove la scure si poggerà. Visti i rapporti di forza è plausibile

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

che il carico maggiore finisca in capo a Banco Bpm. Non si parlerà certo più di spezzatino ma le nozze rischiano di non essere certo un pranzo di gala. Per Bpm soprattutto. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

I VOSTRI SOLDI IN GESTIONE PENSIONE & PREVIDENZA

Pmi, la via prudente

Fondi pensione ancora poco presenti nell'economia reale italiana anche per i rischi. La formula del negoziale Perseo Sirio per investire 45 milioni

CARLO GIURO


I VOSTRI SOLDI IN GESTIONE PENSIONE & PREVIDENZA

Pmi, la via prudente

Fondi pensione ancora poco presenti nell'economia reale italiana anche per i rischi. La formula del negoziale Perseo Sirio per investire 45 milioni

I fondi pensione, oltre al ruolo previdenziale, rappresentano anche un attore fondamentale del sistema economico domestico in qualità di investitore istituzionale. Come evidenziato dalla Covip in occasione della presentazione dell'ultima Relazione annuale, l'incidenza ancora modesta degli investimenti nel capitale privato delle imprese italiane rispecchia, in primo luogo, l'ampia diversificazione internazionale dei portafogli delle forme pensionistiche, le cui gestioni sono spesso ancorate a benchmark nei quali il peso assegnato alle azioni e alle obbligazioni societarie italiane è esiguo. Continuano a rivestire un ruolo anche la peculiare struttura del tessuto industriale, caratterizzato da pmi, la limitata capitalizzazione del mercato finanziario nazionale, l'ancora insufficiente disponibilità di un ventaglio di strumenti adeguati alle esigenze del risparmio previdenziale.

Nonostante il quadro delineato, il settore guarda con favore al contributo che può fornire per il sostegno delle imprese italiane, in particolare quelle più innovative, disponendo di capitale con orizzonti di impiego lunghi. Sempre più fondi pensione, prosegue la Covip, in particolare i negoziali, stanno includendo nei propri portafogli titoli non quotati e fondi cosiddetti alternativi, di private equity, di private debt e infrastrutturali, spesso attraverso iniziative congiunte. Gli investimenti effettivi sono ancora modesti ma in crescita; nel rispetto del principio della diversificazione e degli spazi consentiti dalla normativa possono creare valore nel medio e lungo periodo.

In questa prospettiva assume interesse la recente delibera da parte del cda del fondo pensione Perseo Sirio di due investimenti nell'economia reale italiana, per 45 milioni di euro. Il primo, 10 milioni, riguarda il venture capital ed è destinato all'iniziativa promossa da Lazio Innova, società al 100% dalla Regione Lazio, a favore delle imprese operanti nel territorio regionale, attraverso il fondo gestito da Vertis Sgr. La scelta del fondo è stata favorita dalla presenza, all'interno del bando, di alcuni meccanismi di protezione del rendimento: in particolare, una copertura delle prime perdite fino al 25% e una distribuzione asimmetrica dei ritorni positivi a favore degli investitori, fino al 50% del capitale investito. Il secondo investimento, pari a 35 milioni, riguarda il private equity italiano e sarà realizzato attraverso il fondo di fondi Pei 3 gestito da Fondo Italiano d'Investimento Sgr, società partecipata in maggioranza da Cdp.

Anche in questo caso, Perseo Sirio ha scelto una soluzione caratterizzata da un certo grado di protezione e diversificazione. Il fondo di fondi consente infatti di distribuire il rischio tra gestori, diverse imprese partecipate e differenti tempi di investimento.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

L'operazione sarà realizzata all'interno del comparto garantito del fondo, gestito da Unipol, beneficiando quindi della garanzia prevista dal comparto stesso.

«Le scelte di Perseo Sirio confermano che i fondi pensione negoziali sono disponibili a intensificare il proprio impegno nell'economia reale italiana quando gli strumenti di investimento sono coerenti con la loro missione previdenziale», ha dichiarato il presidente di Perseo Sirio, Riccardo Realfonzo. «Abbiamo scelto soluzioni coerenti con i principi di prudenza, diversificazione e tutela degli iscritti. Venture capital e private equity sono asset class illiquide, di lungo periodo e caratterizzate da una maggiore dispersione dei risultati: per questo richiedono architetture capaci di mitigare il rischio, attraverso protezione dalle prime perdite, distribuzione asimmetrica dei rendimenti, ampia diversificazione e adeguate garanzie. L'esperienza di Perseo Sirio mostra che il risparmio previdenziale può contribuire alla crescita del Paese senza indebolire la tutela degli aderenti, a condizione che siano costruiti strumenti finanziari adeguati alla natura previdenziale degli investitori.

In questo senso, la maggiore stabilità della base di aderenti di Perseo Sirio, fondo del pubblico impiego non esposto ai rischi legati al regime di portabilità dei contributii datoriali verso forme previdenziali private, consente una programmazione più coerente con investimenti di lungo periodo». La crescita della presenza dei negoziali nell'economia reale italiana, secondo Realfonzo, «richiede dunque due condizioni: strumenti protetti e diversificati, e una base contributiva stabile».

(riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Genova)

Controllate e partecipate

l'intervista

Mazza "Marina di Loano l'offerta green al mercato ci farà crescere ancora"

MASSIMO MINELLA



Megayacht, hotellerie e sostenibilità. Dalle banchine del ponente ligure ai palcoscenici internazionali di Cannes, Montecarlo e Genova, la Marina di Loano si proietta verso una nuova stagione, consolidando una crescita costante che spazia dall'accoglienza ai servizi green.

Gianluca Mazza, dal 2020 ceo di Marina di Loano, società che fa parte del gruppo Unipol, sintetizza strategie, numeri e prospettive di sviluppo della struttura.

Come si inserisce Marina di Loano nei grandi appuntamenti nautici internazionali che stanno per scattare?

«La nostra partecipazione con uno stand proprio al Salone Nautico di Cannes, la presenza a Montecarlo e il successivo stand al Salone di Genova rappresentano passaggi chiave per il nostro posizionamento. Ci prepariamo alla stagione dei saloni della Costa Azzurra e italiani dopo aver archiviato un'estate caratterizzata da una crescita continua su tutti i fronti».

Marina di Loano fa parte del gruppo Unipol. Qual è il valore strategico di questa appartenenza e quali sono gli obiettivi di gruppo?

«Unipol si occupa prioritariamente di altro e noi facciamo parte di una divisione specifica, dedicata alle società che non rientrano direttamente nel core business assicurativo o finanziario. Tuttavia, il nostro mandato è chiarissimo: dobbiamo garantire risultati concreti e valorizzare al massimo i nostri asset. È esattamente la direzione su cui lavoriamo da diversi anni. I dati sono chiari, nel bilancio consolidato di Unipol i nostri conti figurano abbondantemente in utile».

Dal punto di vista delle infrastrutture, qual è oggi la capacità recettiva del porto?

«La struttura di Loano è oggi tra le più rilevanti in Italia. Siamo in grado di ospitare imbarcazioni fino a 82 metri di lunghezza, coprendo una gamma ampia e diversificata».

Siete molto attenti al segmento dei megayacht...

«Puntiamo con forza su questo target perché genera un indotto economico enorme, che va a beneficio non soltanto della Marina, ma dell'intera città di Loano e del territorio circostante. Inoltre, la presenza di grandi imbarcazioni garantisce continuità operativa anche durante le stagioni fredde, supportando le attività invernali di refitting quando i posti barca restano occupati a lungo».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Genova)

Controllate e partecipate

Da questo punto di vista quali partner tecnici operano all'interno della marina?

«In subconcessione opera Amico & Co, tra i leader mondiali nel settore del refitting di megayacht.

Lavoriamo in stretta sinergia e, proprio di recente, Amico ha realizzato nuovi investimenti per ampliare la superficie del piazzale, aumentando lo spazio operativo dedicato alle lavorazioni di manutenzione e restyling». Accanto ai servizi nautici, avete investito in modo significativo nel settore ricettivo, rilanciando lo Yacht Club Marina di Loano... «Abbiamo appena completato il restyling dell'hotel. In origine la struttura nasceva come semplice foresteria per i diportisti, quando ancora non avevamo sviluppato un ramo d'azienda dedicato all'hotellerie. Oggi abbiamo ampliato l'offerta aggiungendo nuove camere, arrivando a 25 unità, con un piano già definito per salire a 36. L'offerta si completa con spa, piscina e ristorazione, pensata sia per i clienti esterni sia per i comandanti e gli equipaggi degli yacht in sosta». La transizione ecologica è un tema centrale per la nautica moderna. Come vi state muovendo sulla sostenibilità? «È un pilastro della nostra gestione. Abbiamo attivato un servizio di mobilità elettrica con un parco auto dedicato anche al noleggio, integrato da numerose colonnine di ricarica. Sul fronte dell'efficientamento energetico, abbiamo installato circa 1.500 metri quadrati di pannelli solari sulle coperture delle strutture interne della Marina». Che cosa prevedete di realizzare in futuro? «Disponiamo di una concessione demaniale a lungo termine che ci consente di pianificare interventi per i prossimi 50 anni, dandoci una prospettiva temporale ideale per continuare ad investire. L'esercizio 2025 si è chiuso con un fatturato superiore ai 10 milioni e con un utile netto molto significativo, evidenziato dagli indicatori di Ebitda. Continueremo su questa strada, espandendo anche l'offerta turistica, come dimostra l'introduzione di quattro house boat per i nostri ospiti». "Siamo parte di Unipol non rientrano nel core business, ma il mandato è chiaro: garantire risultati e valorizzare gli asset. Ed è quello che facciamo" ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Scuola, al via nuova campagna Coop, focus su salute circolare


Adnkronos.com

Scuola, al via nuova campagna Coop, focus su salute circolare

09/04/2026 14:34 Redazione Adnkronos

All'iniziativa ha collaborato viroloqa Ilaria Capua. Partner anche Giunti Scuola e Geopop Prende ispirazione dal concetto di 'salute circolare', elaborato da Ilaria Capua, viroloqa di fama internazionale e senior fellow of global health alla Johns Hopkins University - Sais Europe, la nuova campagna nazionale 'Coop per la scuola 2026', presentata oggi a Milano. Una proposta educativa rivolta a scuole di ogni ordine e grado che si avvale nei suoi contenuti didattici del contributo della professoressa da anni impegnata nella divulgazione scientifica su questi temi. Le classi che vorranno iscriversi alla campagna potranno partecipare tramite i loro insegnanti ad attività mirate: per le scuole dell'infanzia, la realizzazione guidata del 'tabellone della salute circolare', per raccontare e monitorare le buone pratiche adottate dalla classe, e per gli altri istituti un progetto di didattica attiva che prevede missioni, attività ed esperimenti, con un test conclusivo. Chi completerà il percorso parteciperà all'estrazione finale che prevede, per dieci classi di primaria e dieci di secondaria di primo grado, una giornata in un museo italiano per partecipare ad attività ed esperienze sul tema della salute circolare. Dieci classi delle superiori prenderanno parte, invece, in primavera, allo spettacolo 'Pensiamo Circolare', costruito ad hoc da Geopop e Ilaria Capua. A fianco della professoressa, infatti, partner di Coop è Geopop, il progetto di divulgazione scientifica del gruppo Ciaopeople più seguito del web con una community di oltre 16 milioni di follower, fondato nel 2018 dal geologo Andrea Moccia. Come nelle precedenti edizioni le guide didattiche che possono accompagnare docenti e studenti in un percorso di scoperta sono realizzate da Giunti Scuola. La campagna Coop per la scuola è connessa a una raccolta punti (dal 10 settembre al 18 novembre) realizzata assieme all'agenzia Promotica spa, che permette di ottenere ogni 15 euro di spesa bollini validi sia per collezionare prodotti di design Alessi che buoni per sostenere gli istituti scolastici. I buoni raccolti diventano materiali e strumenti per la didattica. "La campagna è parte integrante del più ampio impegno di Coop rivolto al mondo della scuola già a partire dagli anni Ottanta - si legge in una nota -. Contribuire a formare un pensiero critico e autonomo rispetto alle proprie scelte e ai modelli di consumo è alla base della proposta educativa che nel tempo ha allargato la sua sfera d'azione aprendosi a nuovi ambiti, ma sempre avendo come cornice di riferimento l'educazione ai diritti e alla cittadinanza e operando in sinergia con le varie attività istituzionali di Coop". Favarulo (Coop), 'Ogni anno con nostri progetti coinvolgiamo 7000 docenti e circa 150.000 studenti' Ci fa piacere inaugurare oggi la nuova campagna che offrirà, ci auguriamo, ulteriori spunti di approfondimento agli insegnanti e ai ragazzi che vorranno aderire -spiega Carmela Favarulo, che coordina a livello nazionale attività e progetti sociali tra cui l'educazione al consumo consapevole di Coop -. 'Coop

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

per la scuola' è diventata dal 2019 campagna nazionale e si integra con la sua specificità all'interno della più ampia offerta educativa rivolta al mondo scolastico promossa dalle cooperative di consumatori. Ci piace ricordare qui che ogni anno con i nostri progetti educativi riusciamo a coinvolgere 7000 docenti di scuole di ogni ordine e grado e circa 150.000 studenti. Sono circa 8000 le attività gratuite annuali che eroghiamo tra animazioni, progetti speciali, laboratori, seminari e concorsi. Una rete di contatti che si moltiplica anno dopo diffondendo conoscenza e consapevolezza". "C'è bisogno di più scienza in questo momento storico che stiamo vivendo sottolinea la professoressa Ilaria Capua e c'è bisogno di diffondere consapevolezza proprio a partire dalle giovani generazioni. Il mio impegno nasce da questa constatazione di fondo. L'attualità, anche la più recente, ci offre molteplici occasioni di riflessione e al di là delle decisioni che spettano ai grandi organismi internazionali e comunque alle politiche pubbliche anche ogni nostro gesto o abitudine non è ininfluente. Salute e sostenibilità sono legate a doppio filo. Con questo progetto intendiamo affermarlo e spiegarlo". "Noi di Geopop affianchiamo Coop in questo progetto, mettendo a disposizione la nostra esperienza nella divulgazione scientifica - conclude Andrea Moccia, geologo fondatore e direttore di Geopop -. La scienza non è noiosa: bisogna solo trovare il modo giusto per raccontarla e trasformarla in un'esperienza concreta. Per questo abbiamo scelto di utilizzare un terrarium, un piccolo ecosistema che permette di osservare da vicino e toccare con mano quanto sia prezioso, ma anche fragile, il mondo che ci circonda. Una fragilità che l'attualità ci ricorda ogni giorno".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Coop per la Scuola 2026: educare alla Salute Circolare per un futuro più consapevole

Redazione Adnkronos

Coop rilancia il proprio impegno educativo con "Coop per la Scuola 2026", una campagna nazionale dedicata agli studenti di ogni ordine e grado, ispirata al concetto di Salute Circolare, elaborato dalla virologa Ilaria Capua. Il progetto promuove la consapevolezza del legame tra ambiente, salute e sostenibilità, partendo dall'equilibrio dei quattro elementi naturali (acqua, aria, terra e fuoco) e dalla loro influenza sulla vita quotidiana. Attraverso attività didattiche, esperimenti, missioni e percorsi di apprendimento attivo, gli studenti saranno coinvolti in un'esperienza educativa che unisce scienza, cittadinanza e responsabilità individuale. Realizzata con il contributo di Geopop e Giunti Scuola, l'iniziativa punta a sviluppare pensiero critico e cultura scientifica nelle nuove generazioni, favorendo una maggiore consapevolezza delle sfide ambientali e sociali contemporanee. Eventi formativi a distanza dedicati ai Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Corsi ECM FAD Tag.


Adnkronos.com

Coop per la Scuola 2026: educare alla Salute Circolare per un futuro più consapevole

09/04/2026 18:49 Redazione Adnkronos

Coop rilancia il proprio impegno educativo con "Coop per la Scuola 2026", una campagna nazionale dedicata agli studenti di ogni ordine e grado, ispirata al concetto di Salute Circolare, elaborato dalla virologa Ilaria Capua. Il progetto promuove la consapevolezza del legame tra ambiente, salute e sostenibilità, partendo dall'equilibrio dei quattro elementi naturali (acqua, aria, terra e fuoco) e dalla loro influenza sulla vita quotidiana. Attraverso attività didattiche, esperimenti, missioni e percorsi di apprendimento attivo, gli studenti saranno coinvolti in un'esperienza educativa che unisce scienza, cittadinanza e responsabilità individuale. Realizzata con il contributo di Geopop e Giunti Scuola, l'iniziativa punta a sviluppare pensiero critico e cultura scientifica nelle nuove generazioni, favorendo una maggiore consapevolezza delle sfide ambientali e sociali contemporanee. Eventi formativi a distanza dedicati ai Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Corsi ECM FAD Tag.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: Favarulo (Coop), 'nuova campagna è progetto didattico e culturale'

Redazione Adnkronos

"Si tratta di un progetto didattico, ma anche e soprattutto culturale particolarmente ricco di contenuti scientifici, grazie alla collaborazione con la professoressa Ilaria Capua e il team di Geopop, che hanno messo a disposizione la loro straordinaria capacità di tradurre concetti complessi in messaggi semplici, efficaci e di alto valore educativo. Poiché il progetto viene fruito in autonomia dai docenti, è stato necessario sviluppare strumenti ad hoc, come giochi ed esperimenti, realizzati insieme a Giunti Scuola". Sono le parole di Carmela Favarulo, responsabile politiche sociali Ancc Coop, in occasione della presentazione, a Milano, della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della scienziata Ilaria Capua e dal team di Geopop, sono stati rivelati in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Eventi formativi a distanza dedicati ai Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Corsi ECM FAD.


Adnkronos.com

Educazione: Favarulo (Coop), 'nuova campagna è progetto didattico e culturale'

09/04/2026 18:09 Redazione Adnkronos

"Si tratta di un progetto didattico, ma anche e soprattutto culturale particolarmente ricco di contenuti scientifici, grazie alla collaborazione con la professoressa Ilaria Capua e il team di Geopop, che hanno messo a disposizione la loro straordinaria capacità di tradurre concetti complessi in messaggi semplici, efficaci e di alto valore educativo. Poiché il progetto viene fruito in autonomia dai docenti, è stato necessario sviluppare strumenti ad hoc, come giochi ed esperimenti, realizzati insieme a Giunti Scuola". Sono le parole di Carmela Favarulo, responsabile politiche sociali Ancc Coop, in occasione della presentazione, a Milano, della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della scienziata Ilaria Capua e dal team di Geopop, sono stati rivelati in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Eventi formativi a distanza dedicati ai Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Corsi ECM FAD.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Favarulo (Coop), salute persone collegata a quella animali e ambiente'


Adnkronos.com

Favarulo (Coop), 'salute persone collegata a quella animali e ambiente'

09/04/2026 18:05 Redazione Adnkronos

"Si tratta di un progetto didattico, ma anche e soprattutto culturale" "Oggi presentiamo una community campaign che sostiene materialmente la scuola attraverso una meccanica di raccolta di buoni della spesa: donati agli istituti, consentono loro di scegliere premi da un catalogo dedicato. All'interno di questa campagna abbiamo inserito un progetto didattico su un tema di grande attualità e da sempre nelle corde di Coop: la salute circolare. L'idea di fondo è che la salute delle persone sia strettamente interconnessa a quella degli animali e dell'ambiente in cui viviamo, configurandosi come una responsabilità condivisa". È quanto affermato da Carmela Favarulo, responsabile politiche sociali Ancc di Coop, nel corso della presentazione, a Milano, della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare. "Si tratta di un progetto didattico, ma anche e soprattutto culturale - spiega - particolarmente ricco di contenuti scientifici, grazie alla collaborazione con la professoressa Ilaria Capua", virologa di fama internazionale e senior fellow of Global health presso la Johns Hopkins University - Sais Europe, "e il team di Geopop, che hanno messo a disposizione la loro straordinaria capacità di tradurre concetti complessi in messaggi semplici, efficaci e di alto valore educativo. Poiché il progetto viene fruito in autonomia dai docenti - continua - è stato necessario sviluppare strumenti ad hoc, come giochi ed esperimenti, realizzati insieme a Giunti Scuola. È un kit di risorse incentrato su un tema fondamentale, che stimola bambini e ragazzi a mettersi in gioco ponendosi la domanda cruciale: 'Io cosa posso fare?'. Un interrogativo che rappresenta il filo conduttore di tutte le attività di educazione al consumo consapevole firmate Coop". Un'iniziativa che si inserisce in una storia lunga decenni: L'attività di educazione al consumo consapevole di Coop è iniziata nel 1980 con le prime esperienze nelle piazze, strutturando poi un modello che mette al centro il tema dei consumi direttamente nel luogo in cui avvengono - racconta Favarulo - Il supermercato diventa così un laboratorio didattico dove attivare riflessioni a partire dalle merci. I prodotti aprono una finestra sul mondo per parlare di etica e diritti, ma anche di filiere, imballaggi, sprechi ed economia circolare", illustra. E aggiunge: "È un'esperienza ultradecennale dotata di solidi fondamenti pedagogici e di una metodologia supportata da ricerche accademiche, in cui il consumo è inteso come un processo formativo che contribuisce a costruire l'identità della persona. Forti di questo bagaglio, dal 2019, raccogliendo la necessità espressa dalle scuole e dagli insegnanti di un sostegno anche materiale, abbiamo integrato la raccolta buoni legata alla spesa con un vero e proprio contributo didattico". "Coop per la Scuola è ormai un punto di riferimento e registra riscontri estremamente positivi. Negli anni - prosegue - abbiamo coltivato un dialogo costante con il mondo scolastico, che significa ascoltarne i bisogni e confrontarsi sulle progettazioni didattiche.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Ogni anno riusciamo a coinvolgere circa 150 mila bambini e ragazzi e 8 mila docenti. L'unico reale vincolo risiede nella quantità di risorse da poter investire, ma affiancare ulteriori percorsi fruibili in autonomia all'interno di una campagna community arricchisce enormemente il progetto. Le scelte individuali, a partire dal cibo e dalla tavola, hanno un impatto concreto: da qui possiamo parlare di benessere, tutela degli ecosistemi e benessere animale, tematiche che traducono in chiave educativa le politiche e le strategie di Coop. Attraverso questa campagna - conclude - la comunità stessa si attiva facendo la spesa per donare i buoni, consentendo alle scuole di accedere gratuitamente a risorse preziose.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

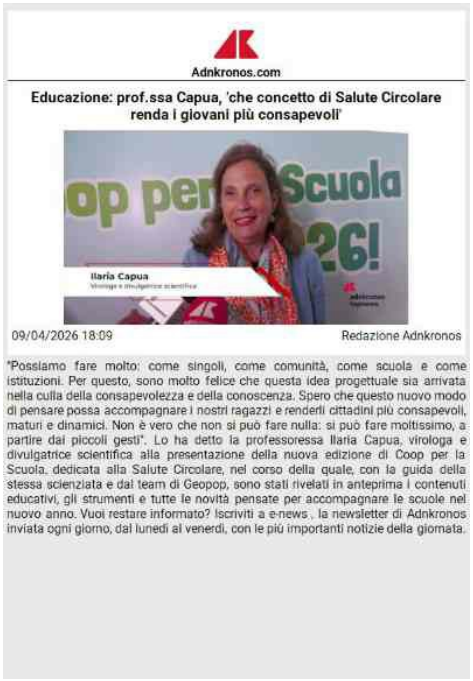
Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: prof.ssa Capua, 'che concetto di Salute Circolare renda i giovani più consapevoli'

Redazione Adnkronos

"Possiamo fare molto: come singoli, come comunità, come scuola e come istituzioni. Per questo, sono molto felice che questa idea progettuale sia arrivata nella culla della consapevolezza e della conoscenza. Spero che questo nuovo modo di pensare possa accompagnare i nostri ragazzi e renderli cittadini più consapevoli, maturi e dinamici. Non è vero che non si può fare nulla: si può fare moltissimo, a partire dai piccoli gesti". Lo ha detto la professoressa Ilaria Capua, virologa e divulgatrice scientifica alla presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della stessa scienziata e dal team di Geopop, sono stati rivelati in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Vuoi restare informato? Iscriviti a e-news , la newsletter di Adnkronos inviata ogni giorno, dal lunedì al venerdì, con le più importanti notizie della giornata.


Adnkronos.com

Educazione: prof.ssa Capua, 'che concetto di Salute Circolare renda i giovani più consapevoli'

09/04/2026 18:09 Redazione Adnkronos

"Possiamo fare molto: come singoli, come comunità, come scuola e come istituzioni. Per questo, sono molto felice che questa idea progettuale sia arrivata nella culla della consapevolezza e della conoscenza. Spero che questo nuovo modo di pensare possa accompagnare i nostri ragazzi e renderli cittadini più consapevoli, maturi e dinamici. Non è vero che non si può fare nulla: si può fare moltissimo, a partire dai piccoli gesti". Lo ha detto la professoressa Ilaria Capua, virologa e divulgatrice scientifica alla presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della stessa scienziata e dal team di Geopop, sono stati rivelati in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Vuoi restare informato? Iscriviti a e-news , la newsletter di Adnkronos inviata ogni giorno, dal lunedì al venerdì, con le più importanti notizie della giornata.

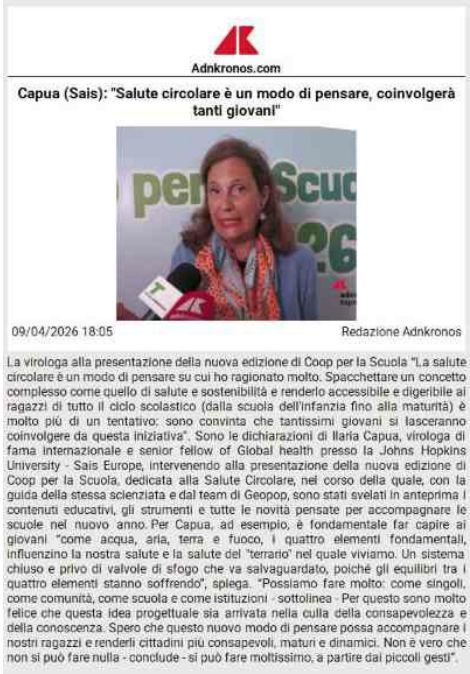
Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Capua (Sais): "Salute circolare è un modo di pensare, coinvolgerà tanti giovani"

Redazione Adnkronos


Adnkronos.com

Capua (Sais): "Salute circolare è un modo di pensare, coinvolgerà tanti giovani"

09/04/2026 18:05 Redazione Adnkronos

La virologa alla presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola "La salute circolare è un modo di pensare su cui ho ragionato molto. Spacchettare un concetto complesso come quello di salute e sostenibilità e renderlo accessibile e digeribile ai ragazzi di tutto il ciclo scolastico (dalla scuola dell'infanzia fino alla maturità) è molto più di un tentativo: sono convinta che tantissimi giovani si lasceranno coinvolgere da questa iniziativa". Sono le dichiarazioni di Ilaria Capua, virologa di fama internazionale e senior fellow of Global health presso la Johns Hopkins University - Sais Europe, intervenendo alla presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della stessa scienziata e dal team di Geopop, sono stati svelati in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Per Capua, ad esempio, è fondamentale far capire ai giovani "come acqua, aria, terra e fuoco, i quattro elementi fondamentali, influenzino la nostra salute e la salute del "terrario" nel quale viviamo. Un sistema chiuso e privo di valvole di sfogo che va salvaguardato, poiché gli equilibri tra i quattro elementi stanno soffrendo", spiega. "Possiamo fare molto: come singoli, come comunità, come scuola e come istituzioni - sottolinea - Per questo sono molto felice che questa idea progettuale sia arrivata nella culla della consapevolezza e della conoscenza. Spero che questo nuovo modo di pensare possa accompagnare i nostri ragazzi e renderli cittadini più consapevoli, maturi e dinamici. Non è vero che non si può fare nulla - conclude - si può fare moltissimo, a partire dai piccoli gesti".

La virologa alla presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola La salute circolare è un modo di pensare su cui ho ragionato molto. Spacchettare un concetto complesso come quello di salute e sostenibilità e renderlo accessibile e digeribile ai ragazzi di tutto il ciclo scolastico (dalla scuola dell'infanzia fino alla maturità) è molto più di un tentativo: sono convinta che tantissimi giovani si lasceranno coinvolgere da questa iniziativa. Sono le dichiarazioni di Ilaria Capua, virologa di fama internazionale e senior fellow of Global health presso la Johns Hopkins University - Sais Europe, intervenendo alla presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della stessa scienziata e dal team di Geopop, sono stati svelati in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Per Capua, ad esempio, è fondamentale far capire ai giovani come acqua, aria, terra e fuoco, i quattro elementi fondamentali, influenzino la nostra salute e la salute del "terrario" nel quale viviamo. Un sistema chiuso e privo di valvole di sfogo che va salvaguardato, poiché gli equilibri tra i quattro elementi stanno soffrendo, spiega. Possiamo fare molto: come singoli, come comunità, come scuola e come istituzioni - sottolinea - Per questo sono molto felice che questa idea progettuale sia arrivata nella culla della consapevolezza e della conoscenza. Spero che questo nuovo modo di pensare possa accompagnare i nostri ragazzi e renderli cittadini più consapevoli, maturi e dinamici. Non è vero che non si può fare nulla - conclude - si può fare moltissimo, a partire dai piccoli gesti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Educazione: Moccia (Geopop), 'far capire ai ragazzi che lo scarto diventa nuova risorsa'

Redazione Adnkronos

"La circolarità è un concetto molto appassionante: il mio scarto, il rifiuto, diventa una nuova risorsa. Dobbiamo far capire questo ai ragazzi di oggi che hanno una marcia in più rispetto a me, quarantenne, o ai miei genitori settantenni. E questo fa in parte ben sperare". Così Andrea Moccia, geologo fondatore e direttore di Geopop, nel corso della presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della scienziata Ilaria Capua e dallo stesso team di Geopop, sono stati rivelati in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Eventi formativi a distanza dedicati ai Medici di Medicina Generale, Medici Specialisti e Odontoiatri e Farmacisti. Corsi ECM FAD.



Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Adnkronos.com

Coop e Cooperazione

Moccia (Geopop), La cultura è il più grande asset per il prossimo futuro'

Redazione Adnkronos


Adnkronos.com

Moccia (Geopop), 'La cultura è il più grande asset per il prossimo futuro'

09/04/2026 18:05 Redazione Adnkronos

Intervento a presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare "Sicuramente abbiamo un compito importantissimo in questi anni: far appassionare soprattutto i giovani al piacere di sapere, di scoprire, perché secondo me la cultura è il più grande asset per il prossimo futuro". Lo ha spiegato Andrea Moccia, geologo fondatore e direttore di Geopop, nel corso della presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della scienziata Ilaria Capua e dallo stesso team di Geopop, sono stati scoperti in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. "Come team Geopop abbiamo sentito un'enorme affinità con il contesto scolastico perché lavoriamo tantissimo per la scuola. I nostri video e articoli sono molto utilizzati sia da studenti sia da professori - spiega - Inoltre, c'è anche un grande tema a noi molto caro, che è quello della circolarità. In un periodo storico in cui si parla spessissimo di transizione energetica ed ecologica, la transizione la si fa partendo da una transizione di pensiero, da lineare a circolare", afferma. "La circolarità è un concetto molto appassionante - si sofferma - Il mio scarto, il rifiuto, diventa una nuova risorsa. Dobbiamo far capire questo ai ragazzi di oggi che hanno una marcia in più rispetto a me, quarantenne, o ai miei genitori settantenni. E questo fa in parte ben sperare. La comunicazione in tal senso è fondamentale, soprattutto in questa fase storica dove c'è una quantità di informazioni enorme e una buona parte non è al massimo della consistenza", dice. Poi soffermandosi sui fatti di cronaca che hanno interessato il Nepal ammette: "Sono preoccupato. In

Intervento a presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare Sicuramente abbiamo un compito importantissimo in questi anni: far appassionare soprattutto i giovani al piacere di sapere, di scoprire, perché secondo me la cultura è il più grande asset per il prossimo futuro. Lo ha spiegato Andrea Moccia, geologo fondatore e direttore di Geopop, nel corso della presentazione della nuova edizione di Coop per la Scuola, dedicata alla Salute Circolare, nel corso della quale, con la guida della scienziata Ilaria Capua e dallo stesso team di Geopop, sono stati scoperti in anteprima i contenuti educativi, gli strumenti e tutte le novità pensate per accompagnare le scuole nel nuovo anno. Come team Geopop abbiamo sentito un'enorme affinità con il contesto scolastico perché lavoriamo tantissimo per la scuola. I nostri video e articoli sono molto utilizzati sia da studenti sia da professori - spiega - Inoltre, c'è anche un grande tema a noi molto caro, che è quello della circolarità. In un periodo storico in cui si parla spessissimo di transizione energetica ed ecologica, la transizione la si fa partendo da una transizione di pensiero, da lineare a circolare, afferma. La circolarità è un concetto molto appassionante - si sofferma - Il mio scarto, il rifiuto, diventa una nuova risorsa. Dobbiamo far capire questo ai ragazzi di oggi che hanno una marcia in più rispetto a me, quarantenne, o ai miei genitori settantenni. E questo fa in parte ben sperare. La comunicazione in tal senso è fondamentale, soprattutto in questa fase storica dove c'è una quantità di informazioni enorme e una buona parte non è al massimo della consistenza, dice. Poi soffermandosi sui fatti di cronaca che hanno interessato il Nepal ammette: Sono preoccupato. In questi giorni gli occhi del mondo sono puntati sul Nepal che in parte rappresenta uno dei problemi generati, per esempio, dai ghiacciai che stanno fondendo molto velocemente. È successo anche in passato - ricorda - ma l'accelerazione con cui sta succedendo ora è anomala e ha un impatto proprio su di noi. Dobbiamo essere abbastanza svegli e intelligenti da capire quello che sta succedendo e trovare delle soluzioni, conclude.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Ansa.it

Coop e Cooperazione

'Pensiamo circolare', la salute del Pianeta è la nostra salute


Ansa.it

'Pensiamo circolare', la salute del Pianeta è la nostra salute

09/04/2026 16:13

Piccoli gesti oggi possono generare grandi cambiamenti domani: è la sfida alla base di 'Pensiamo circolare', la campagna nazionale 'Coop per la scuola 2026', presentata oggi al Teatro Parenti di Milano, ispirata dal concetto di 'Salute circolare' della virologa Ilaria Capua, che ha collaborato insieme a Geopop all'iniziativa. La salute dell'uomo è strettamente interconnessa a quella degli animali, delle piante e dell'ambiente. Attraverso l'analisi dei quattro elementi aria, acqua, terra e fuoco, si vuole sensibilizzare i giovani con una proposta educativa rivolta a scuole di ogni ordine e grado con contenuti didattici e il contributo della professoressa da anni impegnata nella divulgazione scientifica su questi temi. "Non è facile che un'idea accademica arrivi alle persone, ai ragazzi. Soffriamo questa chiusura del mondo accademico che invece dovrebbe raccontare, aprirsi. La salute non può essere considerata singolarmente, dobbiamo prenderci per mano e andare avanti insieme", l'auspicio della virologa Ilaria Capua Senior Fellow of Global Health presso la Johns Hopkins University - SAIS Europe. "'Pensiamo circolare' si ispira a un terrario, un sistema chiuso in cui ci sono i quattro elementi terra, acqua, aria e fuoco. Elementi in equilibrio e la salute del pianeta dipende dall'equilibrio di questi elementi. Capirlo ci rende cittadini più consapevoli". Le classi che vorranno iscriversi alla campagna potranno partecipare tramite i loro insegnanti a attività mirate tra cui l'osservazione di un terrario che è un sistema chiuso ma sussistente, piante che sopravvivono in equilibrio. Un equilibrio che va tutelato. "Siamo sempre stati abituati a pensare lineare: ho un bisogno, compro qualcosa, lo sfrutto e lo getto. Ora il pensiero deve essere circolare, cioè il mio scarto, rifiuto diventa una nuova risorsa, dobbiamo far capire questo ai ragazzi": racconta Andrea Moccia fondatore di Geopop che ha contribuito al progetto. "La circolarità è un tema chiaro, una mentalità nuova e necessaria. Bisogna puntare sulla cultura. C'è una mission - continua - contribuire alla scuola, il luogo più sacro in assoluto della società. Lì si piantano i semi". "E' un momento di orgoglio. Siamo impegnati da oltre 40 anni nella sensibilizzazione al consumo sostenibile. Vogliamo sviluppare consapevolezza sul fatto che la salute delle persone e degli animali sia un unicum. Siamo determinati a continuare su questo fronte. Non è semplice creare e diffondere l'idea che Piccoli gesti oggi possono generare grandi cambiamenti domani, sarà nostro sforzo", spiega il presidente di Coop Italia, Domenico Brisigotti. La campagna Coop per la scuola è connessa a una raccolta punti (dal 10 settembre al 18 novembre) che permette di ottenere ogni 15 euro di spesa bollini validi per sostenere gli istituti scolastici; i buoni raccolti diventano materiali e strumenti per la didattica. "'Coop per la scuola' è diventata dal 2019 - spiega Carmela Favarulo che coordina a livello nazionale attività e progetti sociali Coop - campagna nazionale e si integra con la sua specificità all'interno

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

della più ampia offerta educativa rivolta al mondo scolastico promossa dalle cooperative di consumatori. Ogni anno con i nostri progetti educativi riusciamo a coinvolgere 7.000 docenti di scuole di ogni ordine e grado e circa 150.000 studenti".

Ansa.it

Coop e Cooperazione

Capua 'serve più scienza, sensibilizziamo i giovani'

"C'è bisogno di più conoscenza su alcuni temi e c'è bisogno di più scienza. I ragazzi che saranno i decisori di domani, che saranno non solo i cittadini ma che si adopereranno attraverso il loro lavoro, attraverso le loro idee per il domani, devono avere chiaro i concetti di salute e sostenibilità": lo dice Ilaria Capua, virologa di fama internazionale e Senior Fellow of Global Health presso la Johns Hopkins University - SAIS Europe. La virologa ha preso parte alla presentazione al Teatro Parenti di Milano di 'Pensiamo Circolare', la nuova campagna nazionale 'Coop per la scuola 2026' che prende ispirazione dal concetto di Salute Circolare elaborato dalla virologa. "Rendere questi temi accessibili, digeribili ai ragazzi di tutto il ciclo scolastico - continua - è molto di più di un tentativo perché io sono convinta che tantissimi ragazzi si lasceranno coinvolgere da questa iniziativa e capiranno prima di tutto come agiscono acqua, aria, terra e fuoco, i quattro elementi fondamentali che influenzano la nostra salute e la salute del 'terrario' nel quale viviamo". Riproduzione riservata © Copyright ANSA.


Ansa.it

Capua 'serve più scienza, sensibilizziamo i giovani'

09/04/2026 15:10

"C'è bisogno di più conoscenza su alcuni temi e c'è bisogno di più scienza. I ragazzi che saranno i decisori di domani, che saranno non solo i cittadini ma che si adopereranno attraverso il loro lavoro, attraverso le loro idee per il domani, devono avere chiaro i concetti di salute e sostenibilità": lo dice Ilaria Capua, virologa di fama internazionale e Senior Fellow of Global Health presso la Johns Hopkins University - SAIS Europe. La virologa ha preso parte alla presentazione al Teatro Parenti di Milano di 'Pensiamo Circolare', la nuova campagna nazionale 'Coop per la scuola 2026' che prende ispirazione dal concetto di Salute Circolare elaborato dalla virologa. "Rendere questi temi accessibili, digeribili ai ragazzi di tutto il ciclo scolastico - continua - è molto di più di un tentativo perché io sono convinta che tantissimi ragazzi si lasceranno coinvolgere da questa iniziativa e capiranno prima di tutto come agiscono acqua, aria, terra e fuoco, i quattro elementi fondamentali che influenzano la nostra salute e la salute del 'terrario' nel quale viviamo". Riproduzione riservata © Copyright ANSA.

Il Tirreno

Coop e Cooperazione

Previsti tre edifici commerciali, due saranno venduti

Ritirati i permessi per costruire il nuovo Eurospin al Levante

I lavori partiranno entro la fine dell'anno


COMMERCIO

Previsti tre edifici commerciali, due saranno venduti

Ritirati i permessi per costruire il nuovo Eurospin al Levante

I lavori partiranno entro la fine dell'anno

L'immobile

Maxi lavori all'ex Brico della Scopaia
Spunta l'ipotesi di un altro supermercato

Livorno Gli uffici del Comune hanno dato il via libera finale e i permessi a costruire sono già stati ritirati nel corso dell'estate. Entro Natale partiranno i lavori per costruire il nuovo supermercato targato Eurospin nella zona del Levante, in quella che di fatto è l'ultima costola commerciale dell'infinita lottizzazione del Nuovo Centro.

Il più grande gruppo discount italiano ha così acquisito dalla società Le Ninfee della famiglia Fremura le aree che si trovano praticamente accanto alla Coop, che nel frattempo è passata da Unicoop Tirreno a Unicoop Firenze. Urbanisticamente parlando si tratta del famoso "dir 1", ovvero lo spazio che si trova tra i palazzi di via Primetta Cipolli Marrucci, il distributore aperto lato via di Levante e i parcheggi del centro commerciale del Levante, in via Giovanni Gelati.

Quest'area è tornata spesso negli anni al centro del dibattito politico e cittadino. Con l'amministrazione Salvetti, dopo il dialogo con Le Ninfee, gli indici edificatori previsti dal vecchio piano particolareggiato del 2008 (qualcosa come altri 24mila metri quadri di cemento) sono stati ridotti e ora in questo pezzo di Livorno si possono costruire altri tre blocchi commerciali, ma 10mila metri quadri totali.

In realtà il progetto che è stato presentato da Eurospin, e che sarà realizzato, ne prevede meno: tra 5.500 e 6mila metri quadri complessivi, divisi in tre blocchi da un piano ciascuno, con parcheggi a piano.

Proprio questa previsione di costruire meno di quanto possibile ha consentito l'apertura di un altro supermercato nella zona (seppur di medie dimensioni, sotto i 1.500 metri), ipotesi che in passato era sempre stata pubblicamente scartata da chi governa la città.

Sta di fatto che ora il percorso amministrativo è concluso e il gruppo può aprire i cantieri. Come dicevamo, Eurospin ha intenzione di avviare i lavori entro dicembre, per concluderli nell'arco di un anno. Il supermercato potrebbe quindi essere inaugurato entro la fine del 2027. Saranno tirati su tutti e tre i blocchi. Da progetto l'Eurospin sarà posizionato in quello più vicino a via di Levante: un edificio di circa 2.200 metri quadri, per 1.300 di spazi di vendita. Sarà identico per dimensioni al primo blocchetto commerciale da realizzare lato Coop, mentre l'immobile centrale, il terzo, sarà più piccolo.

Attenzione: l'edificio che ospiterà il market resterà di proprietà di Eurospin, mentre gli altri due, una volta realizzati, saranno venduti al grezzo. La commercializzazione è partita da tempo. A quanto risulta al Tirreno ci sono contatti in corso sia con marchi non ancora presenti in città che con attività che invece hanno già la saracinesca alzata a Livorno, ma vogliono spostarsi.

Per Eurospin sarà il secondo supermercato della città, visto che ha già fatto sapere che continuerà

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

a tenere aperto anche il punto vendita ormai storico sul viale Ippolito Nievo. Resta ferma anche l'intenzione di aprire a Stagno, nel territorio di Collesalvetti, dove però serve una variante urbanistica. In vista dell'inaugurazione al Levante non è ancora aperta la ricerca di personale, ma per un supermercato di dimensioni simili si parla di 25-30 addetti in tutto. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Tirreno

Coop e Cooperazione

«Ma così lo spazio accessibile a tutti crescerà Trovata la soluzione migliore nella legalità»

Pd La direzione comunale dei Dem ha votato all'unanimità un documento «Auspichiamo un confronto costruttivo, ecco il progetto per l'area verde»


LIVORNO

Viaggio tra le tende degli attivisti «Qui per il verde, basta cemento»

Ceraolo: «Bene le adesioni da fuori ma mi aspetto tanti livornesi al corteo»

«Ma così lo spazio accessibile a tutti crescerà Trovata la soluzione migliore nella legalità»

Pd La direzione comunale dei Dem ha votato all'unanimità un documento «Auspichiamo un confronto costruttivo, ecco il progetto per l'area verde»

Livorno «Lo spazio fruibile per l'intera cittadinanza, anche al netto di quanto rimarrà di proprietà privata, sarà superiore allo stato attuale e accessibile a tutti. L'agricoltura sociale sarà mantenuta e rafforzata, con una gestione individuata con evidenza pubblica trasparente, dinamica oggettivamente non possibile fino ad oggi, essendo l'area oggetto di un'occupazione da circa 14 anni». E «l'azione amministrativa si è espressa e si esprimerà nel solco dell'interesse generale, tutelando un'area verde che assumerà un valore ancora maggiore per il quartiere e la città». Su questo, «come su altri temi, auspichiamo sempre un confronto costruttivo».

È la sintesi del documento su via Goito e dintorni approvato all'unanimità dalla direzione comunale del Pd, guidato da Alberto Brilli. La direzione si è riunita giovedì sera al circolo di Collinaia-Scopaia.

La relazione votata si apre con tre premesse: «La tutela dell'ambiente e la lotta al cambiamento climatico sono temi prioritari»; «osserviamo una preoccupante deresponsabilizzazione, se non un vero e proprio negazionismo climatico, della destra internazionale e nostrana»; «le forze democratiche e progressiste devono affrontare questa sfida tenendo insieme ambiente e giustizia sociale, senza lasciare indietro nessuno» e «in vista delle decisive elezioni del 2027, il centrosinistra dovrà porre al centro uno sviluppo economico e sociale sostenibile, nel rispetto dell'ambiente».

Venendo al punto: con la nuova pianificazione urbanistica, dicono dal Pd, «è stato introdotto il concetto di Città Pubblica; una città nella quale la rigenerazione urbana, la tutela del verde, la riappropriazione degli spazi pubblici, rappresentano elementi imprescindibili». In questo quadro «le discussioni emerse pubblicamente riguardo l'area degli orti urbani di via Goito meritano una riflessione che parta da un elemento di verità: l'azione amministrativa porta avanti i propri obiettivi all'interno della legalità e dello stato di diritto, rispettando tutti i dettami normativi, che vedono nella Costituzione, repubblicana e antifascista, la stella polare».

«L'area, di circa sei ettari - viene quindi ricordato nel documento - è di proprietà privata ed è stata interessata da due fallimenti di cooperative (Coop Italia prima e Clc poi).

Non è superfluo ricordare come, dietro un fallimento, ci siano lavoratrici e lavoratori che perdono la fonte di sostentamento per sé e per le proprie famiglie; dovrebbe assumere una certa importanza per chi individua nel lavoro un valore assoluto. Sull'area erano e sono previsti diritti edificatori, non da oggi, da decenni. Già negli strumenti urbanistici del 1999 e del 2019 era stata individuata una ripartizione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

tra un 20% all'interno del quale poter costruire e un 80% destinato a verde. Al netto del valore ambientale, le soluzioni raggiunte rappresentavano quanto di più vicino, tra volontà politica e rispetto normativo, potesse essere fatto».

«Il Piano operativo approvato nel 2025 - viene sottolineato - prosegue e migliora il percorso portato avanti dalle precedenti amministrazioni; riduce ulteriormente l'edificabilità (4500 metri quadri), inserendo anche soluzioni di edilizia residenziale sociale in risposta a domanda abitativa fragile; impone al privato la cessione gratuita, con interventi manutentivi a suo carico, dell'80% dell'area (5 ettari su 6) da destinare a parco pubblico; e introduce la regia pubblica per ogni azione che verrà portata avanti».

Il soggetto privato, aggiudicatario dell'asta - ripetono dal Pd ricordando che alla quarta asta si sono presentati in due - «dovrà presentare un progetto che sia coerente con quanto prescritto dalla pianificazione e sulla base di questo il Comune potrà pretendere garanzie precise rispetto a vari aspetti: i cantieri dovranno realizzarsi esclusivamente nelle aree di competenza privata, non invadendo la parte a verde che diventerà pubblica; le pertinenze, i parcheggi, le vie interne dovranno avere il minor impatto ambientale possibile».

Dal Pd, come già fatto dal sindaco, mettono l'accento sul fatto che «l'impronta a terra degli edifici occuperà una superficie minima, circa il 2% del totale». E «anche sull'area destinata a verde pubblico, che sarà ceduta al Comune subito dopo il perfezionamento dell'acquisto, verrà portato avanti un percorso valorizzante, che tuteli gli aspetti naturalistici di pregio e che riqualifichi aree attualmente non fruibili; lo spazio pubblico sarà sempre accessibile, anche durante la cantierizzazione delle aree private, e potranno avviarsi percorsi partecipativi, coinvolgendo realtà associative, scuole, la cittadinanza».

«La sensibilità per queste tematiche, emersa giustamente in questi anni - si legge in un altro passaggio - ha già trovato e dovrà trovare azioni concrete in tutta la realtà livornese; la nostra azione politica e amministrativa dovrà essere valutata anche per la nostra capacità di mettere a terra quanto di buono programmato».

.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere dell'Umbria

Coop e Cooperazione

Appuntamento domani nella gola del Bottaccione nell'ambito del Festival dell'acqua. La partecipazione all'escursione è gratuita

Trekking alla scoperta dell'acquedotto medievale


Gubbio

Premio Lupo di Gubbio consegnato a Nello Scavo

Il taglio del nastro del nido Il Cerbiatto scatena nuove polemiche

Trekking alla scoperta dell'acquedotto medievale

Nuova iniziativa nel campo immobiliare

Proseguono gli appuntamenti della V edizione del Festival dell'acqua. Dopo il successo dell'iniziativa del 19 aprile a Gualdo Tadino, con oltre 100 partecipanti, domani il Festival farà tappa a Gubbio, con un trekking alla scoperta dell'acquedotto medievale della Gola del Bottaccione. L'iniziativa è organizzata dalle Sezioni Soci CoopUnicoop Etruria di Gualdo Tadino e di Gubbio, in collaborazione con il Gruppo Archeologico Appennino Umbro-Marchigiano (sede di Gualdo Tadino).

Appuntamento alle 10 presso il supermercato Coop di Gubbio, con partenza per il trekking alle 10.30.

Il percorso, guidato e di livello facile con 200 metri di dislivello, si sviluppa per circa 5 chilometri tra andata e ritorno e una durata prevista di un'ora e 45 minuti. Necessari abbigliamento sportivo, scarpe da trekking e acqua. La partecipazione al trekking è gratuita.

Al rientro chi vuole potrà partecipare - previa prenotazione entro il 1° settembre - al pranzo presso il ristorante Parco Coppo (menù fisso con primo, secondo, contorno, caffè e bevande: 25 euro a persona). Per info e prenotazioni 3479139007 (Barbara) - 3888494041 (Sergio).

L'escursione permetterà di conoscere una straordinaria e suggestiva opera di ingegneria idraulica medievale, realizzata a partire dal XIV secolo per convogliare le acque delle sorgenti del Monte Ingino e successivamente del Monte Foce verso la città. L'acquedotto è un'imponente opera muraria, lunga circa 1,6 chilometri, che si snoda sulle pendici del Monte Ingino fino all'area monumentale di Gubbio. Insieme allo sbarramento del Bottaccione, dal 1914 è riconosciuto come Monumento Nazionale. Recenti interventi ne hanno migliorato lo stato di conservazione e la sicurezza del camminamento, rendendo possibile la riscoperta di un patrimonio storico e naturalistico.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Francesco Pugliese entra in Crai come executive advisor


Distribuzione Moderna

Francesco Pugliese entra in Crai come executive advisor

09/04/2026 09:41

Francesco Pugliese entra in Crai come executive advisor Crai rafforza il proprio percorso di trasformazione con l'ingresso di Francesco Pugliese nel ruolo di executive advisor Il manager - tra i profili più noti della grande distribuzione italiana - metterà la propria esperienza nel largo consumo a supporto del management del gruppo, contribuendo all' analisi dei principali scenari di mercato e alla definizione delle priorità strategiche Pugliese porta con sé un curriculum costruito in oltre trent'anni nel settore , con un passaggio in Barilla prima dell'approdo in Conad, dove ha ricoperto il ruolo di direttore generale dal 2004 e poi di amministratore delegato dal 2011 al 2023. Sotto la sua guida il fatturato del consorzio è passato da circa 6,4 a oltre 20 miliardi di euro, un percorso segnato anche dall'acquisizione, nel 2019, delle attività italiane di Auchan - oltre 1.600 punti vendita tra iper, super e negozi di prossimità. Secondo quanto comunicato da Crai, il confronto con competenze maturate lungo l'intera filiera - dalla distribuzione all'industria, fino alla conoscenza dei territori e delle dinamiche imprenditoriali - contribuirà ad ampliare la capacità del gruppo di leggere i cambiamenti in atto in un mercato retail in forte evoluzione. L'ingresso di Pugliese si inserisce nel percorso strategico di CraiFutura , il piano industriale avviato nel 2022 con l'obiettivo di trasformare il gruppo da consorzio a azienda unica, dotata di un modello commerciale definito per i propri imprenditori affiliati. Il piano ha già portato, negli ultimi anni, alla crescita del fatturato di sistema - arrivato a 3,2 miliardi di euro nel 2025, con un obiettivo dichiarato di 4-4,5 miliardi al 2027 - e al lancio di nuovi format di prossimità come CraiGo e Tuttigiorni. L'operazione appena annunciata segna dunque un ulteriore passo nel consolidamento della governance del gruppo, in una fase in cui Crai punta ad ampliare il proprio raggio d'azione anche verso nuovi segmenti di business, dai servizi energetici alla telefonia.

Francesco Pugliese entra in Crai come executive advisor Crai rafforza il proprio percorso di trasformazione con l'ingresso di Francesco Pugliese nel ruolo di executive advisor Il manager - tra i profili più noti della grande distribuzione italiana - metterà la propria esperienza nel largo consumo a supporto del management del gruppo, contribuendo all' analisi dei principali scenari di mercato e alla definizione delle priorità strategiche Pugliese porta con sé un curriculum costruito in oltre trent'anni nel settore , con un passaggio in Barilla prima dell'approdo in Conad, dove ha ricoperto il ruolo di direttore generale dal 2004 e poi di amministratore delegato dal 2011 al 2023. Sotto la sua guida il fatturato del consorzio è passato da circa 6,4 a oltre 20 miliardi di euro, un percorso segnato anche dall'acquisizione, nel 2019, delle attività italiane di Auchan - oltre 1.600 punti vendita tra iper, super e negozi di prossimità. Secondo quanto comunicato da Crai, il confronto con competenze maturate lungo l'intera filiera - dalla distribuzione all'industria, fino alla conoscenza dei territori e delle dinamiche imprenditoriali - contribuirà ad ampliare la capacità del gruppo di leggere i cambiamenti in atto in un mercato retail in forte evoluzione. L'ingresso di Pugliese si inserisce nel percorso strategico di CraiFutura , il piano industriale avviato nel 2022 con l'obiettivo di trasformare il gruppo da consorzio a azienda unica, dotata di un modello commerciale definito per i propri imprenditori affiliati. Il piano ha già portato, negli ultimi anni, alla crescita del fatturato di sistema - arrivato a 3,2 miliardi di euro nel 2025, con un obiettivo dichiarato di 4-4,5 miliardi al 2027 - e al lancio di nuovi format di prossimità come CraiGo e Tuttigiorni. L'operazione appena annunciata segna dunque un ulteriore passo nel consolidamento della governance del gruppo, in una fase in cui Crai punta ad ampliare il proprio raggio d'azione anche verso nuovi segmenti di business, dai servizi energetici alla telefonia.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Esselunga sostiene insieme a Lavazza il progetto "Acqua Sicura" per il Sud dell'Ecuador


Distribuzione Moderna

Esselunga sostiene insieme a Lavazza il progetto "Acqua Sicura" per il Sud dell'Ecuador

09/04/2026 10:03

Esselunga sostiene , insieme a Lavazza , il progetto " Acqua Sicura" il cui obiettivo è favorire l'accesso all' acqua potabile nelle scuole delle comunità produttrici di caffè della regione di Zamora Chinchipe , nel Sud dell' Ecuador Caffè in edizione speciale Dal 31 agosto , in negozi Esselunga selezionati – con una progressiva estensione all'intera rete entro la fine del 2026 – e attraverso la spesa online su esselunga.it , è disponibile in esclusiva l'edizione speciale Lavazza ¡ Tierra! For Ecuador , una pregiata miscela di caffè 100% Arabica biologico nei formati caffè macinato da 180 g e capsule Lavazza in alluminio compatibili Nespresso Original in confezione da 30 Per ogni prodotto venduto Esselunga e Lavazza devolveranno ciascuna 50 centesimi alla Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Ets per sostenere il progetto. Il progetto Il progetto "Acqua Sicura" promosso dalla Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Ets e realizzato in collaborazione con il Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (Undp) e Foragua – Fondo Regional del Agua, prevede la realizzazione di sistemi per la raccolta e la filtrazione dell'acqua , interventi sulle infrastrutture idriche e igienico-sanitarie e attività di formazione dedicate a studenti, insegnanti e famiglie. L'obiettivo è favorire un accesso sicuro e duraturo all' acqua potabile , promuovere una gestione efficiente delle risorse idriche e contribuire al benessere delle comunità locali. Il sostegno al progetto "Acqua Sicura" in Ecuador rappresenta un ulteriore tassello del percorso intrapreso da Esselunga per promuovere filiere sempre più responsabili e resilienti , in linea con gli obiettivi del Piano di Sostenibilità 2026-2030 Un impegno avviato già nel 2018 con il progetto cacao sostenibile in Togo e che proseguirà nei prossimi anni anche in Madagascar, con iniziative volte a generare valore sociale e ambientale nei Paesi di origine delle materie prime.

Esselunga sostiene , insieme a Lavazza , il progetto " Acqua Sicura" il cui obiettivo è favorire l'accesso all' acqua potabile nelle scuole delle comunità produttrici di caffè della regione di Zamora Chinchipe , nel Sud dell' Ecuador Caffè in edizione speciale Dal 31 agosto , in negozi Esselunga selezionati - con una progressiva estensione all'intera rete entro la fine del 2026 - e attraverso la spesa online su esselunga.it , è disponibile in esclusiva l'edizione speciale Lavazza ¡ Tierra! For Ecuador , una pregiata miscela di caffè 100% Arabica biologico nei formati caffè macinato da 180 g e capsule Lavazza in alluminio compatibili Nespresso Original in confezione da 30 Per ogni prodotto venduto Esselunga e Lavazza devolveranno ciascuna 50 centesimi alla Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Ets per sostenere il progetto. Il progetto Il progetto "Acqua Sicura" promosso dalla Fondazione Giuseppe e Pericle Lavazza Ets e realizzato in collaborazione con il Programma delle Nazioni Unite per lo Sviluppo (Undp) e Foragua - Fondo Regional del Agua, prevede la realizzazione di sistemi per la raccolta e la filtrazione dell'acqua , interventi sulle infrastrutture idriche e igienico-sanitarie e attività di formazione dedicate a studenti, insegnanti e famiglie. L'obiettivo è favorire un accesso sicuro e duraturo all' acqua potabile , promuovere una gestione efficiente delle risorse idriche e contribuire al benessere delle comunità locali. Il sostegno al progetto "Acqua Sicura" in Ecuador rappresenta un ulteriore tassello del percorso intrapreso da Esselunga per promuovere filiere sempre più responsabili e resilienti , in linea con gli obiettivi del Piano di Sostenibilità 2026-2030 Un impegno avviato già nel 2018 con il progetto cacao sostenibile in Togo e che proseguirà nei prossimi anni anche in Madagascar, con iniziative volte a generare valore sociale e ambientale nei Paesi di origine delle materie prime.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

Sole365 è Official Supermarket Partner del Napoli per la stagione calcistica 2026/2027


Distribuzione Moderna

Sole365 è Official Supermarket Partner del Napoli per la stagione calcistica 2026/2027

09/04/2026 15:01

Sole365 è Official Supermarket Partner del Napoli per la stagione calcistica 2026/2027 L'insegna della Gdo Sole365 è Official Supermarket Partner di Ssc Napoli per la stagione calcistica 2026/27. Il legame col territorio La partnership unisce due realtà profondamente legate al territorio e nasce dalla volontà condivisa di rafforzare la vicinanza alle persone e alle comunità locali. Con una rete di oltre 120 punti vendita , il brand Sole365 è la realtà leader in Campania in ambito grande distribuzione organizzata, e si distingue per una proposta fatta di qualità, convenienza, innovazione e un servizio sempre orientato al cliente. L'esperienza di spesa L'impegno quotidiano di Sole365 è offrire ai propri clienti un' esperienza di spesa semplice e serena , racchiusa nel pay-off "La spesa. Tranquilli" , espressione dei valori e dell'identità del brand. L'accordo con Ssc Napoli consolida il legame di Sole365 con il territorio e avvicina due realtà accomunate da una presenza capillare nella vita quotidiana delle persone e da un forte senso di appartenenza. I commenti Tommaso Bianchini, direttore generale area business di Ssc Napoli : "Siamo molto soddisfatti di accogliere Sole365 tra i partner di Ssc Napoli. Questo accordo unisce due realtà fortemente radicate in Campania e accomunate da un rapporto quotidiano e diretto con il territorio. La presenza capillare di Sole365 e la sua vicinanza alle persone rappresentano una base importante per costruire insieme iniziative capaci di coinvolgere i nostri tifosi e generare valore per la comunità". Antonio Apuzzo, amministratore delegato di Ap Commerciale : "Questa partnership è la naturale evoluzione della nostra storia. Anche Sole365 è un brand nato all'ombra del Vesuvio: abbiamo costruito la nostra crescita sul rispetto per chi ci sceglie ogni giorno, sull'ascolto delle famiglie e sulla volontà di generare un valore reale per il territorio. Condividere questo cammino con la Ssc Napoli significa unire due grandi simboli di appartenenza e riscatto. È un'intesa che nasce da una visione comune e dal desiderio di regalare ai nostri clienti e ai tifosi azzurri autentici momenti di comunità".

Sole365 è Official Supermarket Partner del Napoli per la stagione calcistica 2026/2027 L'insegna della Gdo Sole365 è Official Supermarket Partner di Ssc Napoli per la stagione calcistica 2026/27. Il legame col territorio La partnership unisce due realtà profondamente legate al territorio e nasce dalla volontà condivisa di rafforzare la vicinanza alle persone e alle comunità locali. Con una rete di oltre 120 punti vendita , il brand Sole365 è la realtà leader in Campania in ambito grande distribuzione organizzata, e si distingue per una proposta fatta di qualità, convenienza, innovazione e un servizio sempre orientato al cliente. L'esperienza di spesa L'impegno quotidiano di Sole365 è offrire ai propri clienti un' esperienza di spesa semplice e serena , racchiusa nel pay-off "La spesa. Tranquilli" , espressione dei valori e dell'identità del brand. L'accordo con Ssc Napoli consolida il legame di Sole365 con il territorio e avvicina due realtà accomunate da una presenza capillare nella vita quotidiana delle persone e da un forte senso di appartenenza. I commenti Tommaso Bianchini, direttore generale area business di Ssc Napoli : "Siamo molto soddisfatti di accogliere Sole365 tra i partner di Ssc Napoli. Questo accordo unisce due realtà fortemente radicate in Campania e accomunate da un rapporto quotidiano e diretto con il territorio. La presenza capillare di Sole365 e la sua vicinanza alle persone rappresentano una base importante per costruire insieme iniziative capaci di coinvolgere i nostri tifosi e generare valore per la comunità". Antonio Apuzzo, amministratore delegato di Ap Commerciale : "Questa partnership è la naturale evoluzione della nostra storia. Anche Sole365 è un brand nato all'ombra del Vesuvio: abbiamo costruito la nostra crescita sul rispetto per chi ci sceglie ogni giorno, sull'ascolto delle famiglie e sulla volontà di generare un valore reale per il territorio. Condividere questo cammino con la Ssc Napoli significa unire due grandi simboli di appartenenza e riscatto. È un'intesa che nasce da una visione comune e dal desiderio di regalare ai nostri clienti e ai tifosi azzurri autentici momenti di comunità".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

gdonews.it

Concorrenza GDO

Supercentro e Carni e Affini consolidano la partnership sotto insegna CRAI



Carni e Affini entra ufficialmente nella rete CRAI, rinnovando la propria insegna e affiancando al marchio storico quello del Gruppo. L'operazione è stata annunciata da Supercentro, socio del Gruppo CRAI e tra le principali realtà della distribuzione alimentare del Sud Italia, insieme alla storica azienda foggiana specializzata nella distribuzione di prodotti freschissimi e di qualità. Il rebranding segna il naturale sviluppo della partnership avviata nei mesi scorsi e consente a Carni e Affini di proseguire il proprio percorso valorizzando l'identità costruita sul territorio, con il supporto del modello distributivo CRAI e dell'esperienza di Supercentro. Con l'ingresso nella rete, i punti vendita Carni e Affini potranno contare su un'offerta ampliata, sulle politiche commerciali del Gruppo e su una gamma più estesa di prodotti a marchio. Per Supercentro, l'operazione consolida la presenza nel territorio foggiano, rafforza la capillarità dell'insegna e conferma la capacità di attrarre realtà imprenditoriali locali radicate e riconosciute. «Questo rebranding valorizza il lavoro fatto finora e apre nuove prospettive di crescita, senza perdere la nostra identità», dichiarano i soci di Carni e Affini. «Oggi raggiungiamo un importante traguardo nel naturale processo di un percorso condiviso tra Supercentro e Carni e Affini», ha affermato P.M. Macripò, Presidente del Gruppo Supercentro. «Questo passo rafforza la nostra presenza in Puglia e conferma la nostra visione: crescere insieme a imprenditori che credono nel valore del territorio e delle relazioni». Da oggi, nei punti vendita Carni e Affini i clienti troveranno la proposta di sempre, affiancata da una maggiore scelta, più innovazione e più valore, mantenendo qualità e vicinanza al territorio.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Reggio Emilia)

Concorrenza GDO

Bosco, esposto di Fd'I all'Antitrust «Verificare la posizione di Conad È troppo dominante sul mercato?»

Fratelli d'Italia interroga l'autorità garante su eventuali danni alla libera concorrenza nella Gdo «I punti vendita della cooperativa sono cresciuti da 53 a 61 nel 2025, con una quota del 35,65%»


Bosco, esposto di Fd'I all'Antitrust
«Verificare la posizione di Conad È troppo dominante sul mercato?»
La missiva all'Agcm

Un esposto all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm) per accertare se l'espansione del colosso cooperativo Conad Centro Nord nel territorio di Reggio Emilia stia configurando una posizione dominante e dannosa per la libera concorrenza. A firmare il documento rivolto all'Antitrust è Cristian Paglialonga, capogruppo di Fratelli d'Italia in Consiglio comunale. Al centro della segnalazione c'è la contestata apertura del nuovo punto vendita da 2.500 metri quadrati previsto nell'ambito del programma di riqualificazione urbana di Ospizio, nella zona orientale della città, dove da inizio agosto un gruppo di ambientalisti ha bloccato con un presidio permanente le ruspe, opponendosi all'abbattimento delle piante.

Nell'esposto Paglialonga fa innanzitutto presente che il nuovo supermercato era programmato originariamente nel 2015, ma vede la luce solo oggi. Quindi a distanza di oltre dieci anni e in un contesto di mercato radicalmente trasformato. Il documento analizza poi i dati dell'ultimo decennio diffusi dalla stessa cooperativa.

Nel 2025 Conad Centro Nord ha registrato nella provincia di Reggio Emilia una quota di mercato del 35,65%, con 61 punti vendita, 43.519 metri quadrati di superficie complessiva e un fatturato provinciale di 448,6 milioni, si legge. Il confronto con il 2016 evidenzia una vera e propria impennata dimensionale ed economica. Nello specifico la superficie di vendita è passata da 34.308 a 43.519 metri quadri (+26,8%, pari a 9.211 metri quadrati in più). Il fatturato territoriale è salito da 307,3 a 448,6 milioni (+46%, ovvero +141,3 milioni). Infine i punti vendita sono cresciuti da 53 a 61, tra strutture ed esercizi affiliati.

Sul punto viene tuttavia specificato che «il mero numero degli esercizi non viene richiamato come prova dell'esistenza di una posizione dominante, ma quale elemento utile a rappresentare la capillarità della presenza dell'operatore, che deve essere valutata unitamente alle superfici, ai fatturati e alla distribuzione geografica dei singoli punti vendita».

A questo proposito il consigliere di FdI ricorda anche le principali operazioni di potenziamento commerciale realizzate dal gruppo nel Comune capoluogo negli ultimi anni, tra cui: l'ampliamento del Superstore "Le Vele" di viale Regina Margherita (da 1.500 ad oltre 2.000 metri quadri) nel 2015, l'inaugurazione del Superstore "Le Colline" in viale Rosa Luxemburg (3.000 metri) a giugno del 2022, l'apertura dei format Tuday e PetStore al Centro Commerciale Reggio Sud (985 metri) di nella vicina via Che Guevara a novembre dello stesso anno e l'inaugurazione - ad aprile del 2025 - del nuovo Conad di Villa Sesso

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Reggio Emilia)

Concorrenza GDO

(1.340). Proprio nella zona di Reggio Est-Ospizio, l'esposto evidenzia infine la criticità maggiore ipotizzando che il Superstore "Le Colline" aperto quattro anni fa e il nuovo supermercato previsto nell'area del bosco verrebbero a trovarsi all'interno di bacini d'utenza sovrapposti, sviluppando insieme oltre 5.500 metri quadrati di superficie di vendita. Richiamando una precedente istruttoria dell'Antitrust sulla grande distribuzione a Firenze, l'atto ispettivo chiede infine all'Agcm di applicare la metodologia delle cosiddette "isocrone" di traffico per calcolare l'effettiva quota detenuta da Conad nell'area di attrazione di Ospizio, acquisendo inoltre dai competitor i dati di fatturato non pubblici.

Nello specifico, Fratelli d'Italia chiede all'Autorità di verificare se la quota reale di Conad nell'area interessata superi la media provinciale del 35,65%, l'effettiva sovrapposizione tra la nuova apertura di via Emilia Ospizio e il Superstore "Le Colline" e se l'evoluzione della rete nell'ultimo decennio abbia portato «a una concentrazione idonea a costituire o rafforzare una posizione dominante, comprimendo la pluralità dell'offerta e la concorrenza a tutela dei consumatori». La «presente segnalazione non contiene alcuna aprioristica affermazione circa l'esistenza di condotte anticoncorrenziali da parte di Conad Centro Nord - si legge nelle conclusioni dell'esposto - Tuttavia ciò che viene sottoposto all'attenzione dell'Autorità è la particolare evoluzione verificatasi nel territorio di Reggio Emilia», dove «un insediamento commerciale programmato oltre dieci anni fa sta per essere realizzato in un mercato nel quale, nel frattempo, il soggetto attuatore ha consolidato la propria posizione di primo operatore della Gdo reggiana, raggiungendo una quota provinciale dichiarata del 35,65%». Alla luce di questi elementi, quindi, «si ritiene che sussistano elementi sufficienti per richiedere una verifica dell'attuale assetto concorrenziale e dell'effetto che la nuova apertura di Ospizio potrà produrre su tale assetto». Conad Centro Nord, da noi ieri interpellato, al momento non rilascia dichiarazioni di replica all'esposto di Fd'I. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Tirreno

Concorrenza GDO

Maxi lavori all'ex Brico della Scopaia Spunta l'ipotesi di un altro supermercato

Il cantiere è nel vivo, l'edificio era chiuso da mesi, intanto la proprietà è cambiata


COMMERCIO

Previsti tre edifici commerciali, due saranno venduti

Ritirati i permessi per costruire il nuovo Eurospin al Levante

I lavori partiranno entro la fine dell'anno

L'immobile

Maxi lavori all'ex Brico della Scopaia Spunta l'ipotesi di un altro supermercato

Il cantiere è nel vivo, l'edificio era chiuso da mesi, intanto la proprietà è cambiata

Livorno Le impalcature non passano inosservate e raccontano che qualcosa si muove intorno al grande capannone che per molti anni ha ospitato il negozio Brico di via di Collinaia, chiuso qualche mese fa.

Sono in corso lavori di straordinaria manutenzione sulle coperture e sulle facciate, che saranno seguiti da interventi di sistemazione degli spazi interni ed evidentemente da un nuovo allestimento commerciale.

Cosa nascerà quindi nell'area? Sono previste nuove aperture? Quale tipo di attività?

Si scopre così che nel frattempo, da quando Brico ha dato la disdetta dell'affitto dei locali, anche la proprietà dell'immobile è cambiata.

Dal 2020 il fondo era della società Ad di Firenze, la stessa che ha comprato la Torre della Cigna. A quanto risulta al Tirreno, Ad ha poi venduto a una società di Santa Croce, nel pisano, che ha acquistato l'immobile con un leasing.

Al momento sono in corso lavori di straordinaria manutenzione che hanno portato alla rimozione e allo smaltimento dell'amianto e alla realizzazione delle linee vita sul tetto. Questo intervento si chiuderà nell'arco di una decina di giorni. Poi?

Poi sarà avviata una nuova attività commerciale. Nella zona si parla della possibile apertura di un altro supermercato, ma la notizia al momento non è confermata e c'è da considerare che a destra e a sinistra dell'immobile ci sono già la nuova Lidl e In's. Possibile quindi che arrivi un nuovo supermercato?

A quanto risulta non sono ancora stati firmati contratti di affitto. Il capannone è grande quasi 1.600 metri quadri.

.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Fatto Quotidiano

Economia, consumi e società

Allarme per i consumi: giù la spesa nei negozi e l'automotive si ferma

Marco Palombi


VERSO LE ELEZIONI

NUOVI GUAI L'inflazione da guerra indebolisce la domanda interna
Una brutta notizia per Meloni: per il Tesoro doveva guidare la crescita

Allarme per i consumi: giù la spesa nei negozi e l'automotive si ferma

L'INTESA Salvi gli impianti per ora

FUTURE VOLKSWAGEN

Volkswagen taglia 100 mila posti e brinda in Borsa

Si può dire che Donald Trump sia la peggiore disgrazia capitata a Giorgia Meloni da quando siede a Palazzo Chigi. La sconsiderata guerra all'Iran del presidente Usa, dando non certo per scontati la sua illegalità e i danni in termini di vite umane, vista dall'economia italiana e globale è una mazzata del tutto inattesa e per il governo un disastro mentre s'appresta a entrare in campagna elettorale per le Politiche (di aprile?) del 2027. I segnali che preoccupano l'esecutivo si accumulano ogni giorno che passa: i prezzi folli dei carburanti, quelli già aumentati e che ancora più lo faranno delle bollette di luce e gas, l'inflazione che ha appena iniziato a colpire i beni e i servizi. Due dati di questi giorni, per dire, segnalano un rischio non piccolo di gelata su una crescita che per due trimestri era risultata superiore alle attese (soprattutto grazie all'aumento delle spese del Pnrr): l'automotive pare essersi fermato, per così dire, mentre le vendite al dettaglio hanno proprio messo la retromarcia. Per capire servequalche informazione di contesto. La modesta ripresa della produzione industriale di quest'anno (+0,5% nel primo semestre) deve molto alla ripresa del mercato dell'auto. Problema: ad agosto, per la prima volta nel 2026, è venuto fuori un numero non proprio rassicurante. Il riassunto lo affidiamo al comunicato dell'Anfia, la Confindustria del settore auto: "Ad agosto 2026 il mercato italiano totalizza 69.411 immatricolazioni, pari al 3,2% in più rispetto ai volumi di agosto 2025. In realtà, si tratta di una crescita apparente dovuta a un giorno lavorativo in più (21 giorni contro 20): a parità di giorni lavorativi, agosto 2026 avrebbe registrato una flessione dell'1,7%" (corsivo nostro, ndr).Le vendite di nuove auto nei primi otto mesi dell'anno restano positive (+8,5% dopo lo sprofondo degli anni scorsi), ma il segnale è chiaro: il mercato sta rallentando, anche per via della fine degli incentivi che ha tirato giù le vendite delle auto elettriche. "Nonostante la scarsa rappresentatività del mese di agosto, il dato delle immatricolazioni non ci lascia tranquilli", dice infatti il presidente di Anfia Roberto Vavassori.

Il dato di un solo mese, e ancor più se quel mese è agosto, va infatti sempre inquadrato in un contesto più ampio per capire la dinamica, il che è già possibile per il trend delle "vendite al dettaglio", all'ingrosso la spesa giornaliera degli italiani.

Ieri Istat ha rivelato che cala per il secondo mese consecutivo sia in valore che in volume. A giugno si parlava di una piccola flessione (-0,1% in entrambe le categorie rispetto a maggio) dovuta in particolare ai beni alimentari, il dato di luglio è già più netto: -0,4% in valore e -0,5% in volume e "risultano in diminuzione sia le vendite dei beni alimentari sia quelle dei beni non alimentari". Allargando lo sguardo al trimestre maggio-luglio, le vendite al dettaglio fanno segnare un aumento dello 0,2% in valore e un calo dello 0,1% in volume rispetto ai tre mesi precedenti: significa che gli italiani spendono

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di più per comprare però meno prodotti. Una dinamica che risulta assai più marcata nel confronto anno su anno: a luglio 2026 i clienti hanno pagato lo 0,8% in più del luglio di un anno fa per comprare però lo 0,6% in meno. Sia le associazioni dei consumatori che quelle delle imprese del settore sottolineano la debolezza dei consumi: "In parte il calo può essere dovuto anche alla compressione degli acquisti di beni commercializzabili a causa dell'espansione della quota dei consumi obbligati per la crescita dei prezzi dei beni energetici", nota Confcommercio, decisamente non anti-meloniana; "il Paese arranca: le vendite vanno sempre peggio e attestano la difficoltà delle famiglie", scrive in modo più netto l'Unione nazionale consumatori. Riassumendo, i residenti iniziano a spendere meno perché fanno i conti con l'aumento dell'inflazione regalatogli dalla guerra di Trump: lo sconticino sulle accise, pur costato 2,7 miliardi da marzo, cambia poco o nulla.La cosa ha un doppioaspetto spiacevole per il governo: il più ovvio è che i rincari fanno arrabbiare l'elettorato, quello meno scontato è che i consumi sono la spina dorsale del Pil e, in particolare, il motore della crescita per questo biennio nelle stime del governo Meloni. Nell'ultimo Documento programmatico di finanza pubblica, che andrà aggiornato per la manovra d'autunno, sono proprio i consumi delle famiglie, insieme agli investimenti fissi lordi, a garantire che il Pil dell'Italia aumenti quest'anno e il prossimo: se la guerra Usa li manda in crisi, la stabilissima premier e ancor peggio il Paese rischiano di avere qualche serio problema in futuro.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Più consumi di acqua minerale ma la fascia premium arretra

Tendenze. Il caldo ha fatto crescere le vendite del 3,6% a luglio dopo il +4% del 2025, mentre i prodotti aromatizzati diminuiscono i volumi. Packaging e logistica pesano per l'80% sui costi delle aziende

Manuela Soressi


Food 24

Più consumi di acqua minerale ma la fascia premium arretra

12,6

+5,3%

-5%

280

L'eccezionale e prolungata ondata di calore che ha caratterizzato l'estate 2026 ha messo il turbo ai consumi di acqua minerale: tra giugno e luglio 2026 gli italiani ne hanno messo nel carrello della spesa ben 97 milioni di litri in più rispetto allo stesso periodo del 2025.

«Le temperature superiori alla media stagionale hanno fatto aumentare del 3,6% i volumi venduti in Gdo rispetto allo scorso anno, con punte del +5,3% nel Nord Italia, l'area maggiormente interessata dai picchi delle temperature», spiega Gaia Grassi, Cpg business development director Italia di Circana.

Questo trend positivo consolida il ruolo di primo piano delle acque in bottiglia nello scenario del beverage in Italia. Le minerali muovono un mercato di enormi dimensioni: oltre 16 miliardi di litri nel 2025 tra retail, porta a porta e fuoricasa, in crescita del 4% rispetto all'anno precedente, stima l'associazione di categoria Mineracqua.

L'80% si beve in casa La parte del leone la fa la Gdo, soprattutto supermercati e discount (rispettivamente 48% e 30% dei volumi) con 12,6 miliardi di litri venduti e un incasso superiore ai 3 miliardi di euro. Le acque minerali rappresentano circa tre quarti dei volumi e la metà delle confezioni di bevande vendute nella distribuzione moderna, ma in termini di valore la loro incidenza scende drasticamente al 22% del mercato totale delle bevande.

Del resto, mentre all'estero le acque minerali rientrano tra i campioni del lusso accessibile, invece in Italia sono le bevande più economiche in assoluto. Al supermercato le si paga in media 24 centesimi al litro (ma al discount si trovano anche a 16 centesimi).

Costi bassi e offerte civetta In Europa, solo in Grecia l'acqua in bottiglia costa di meno. Ma si può arrivare a risparmiare approfittando delle numerose offerte, perché l'acqua è un riconosciuto prodotto-civetta, onnipresente nei volantini della Gdo e quindi la pressione promozionale è importante (23,6% di incidenza sulle vendite), anche se in lieve calo. Risultato: nonostante un consumo pro capite da record (273 litri annui), per comprare acqua in bottiglia un italiano non arriva a spendere 100 euro l'anno. Il basso costo è un elemento non secondario per motivare l'ampia e diffusa abitudine a consumare acqua e l'alto grado di penetrazione tra le famiglie italiane e per spiegare anche la ridotta propensione a spendere di più per le versioni a valore aggiunto (e quindi a maggior costo) su cui gli imbottigliatori stanno puntando per espandere l'offerta e aumentare la redditività.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Aromatizzate al palo Nonostante gli investimenti delle aziende, le acque aromatizzate restano un business molto limitato (oltre 23 milioni di euro a fronte di 10,3 milioni di litri venduti) e oltretutto in calo (-5% circa), che non rientra formalmente nel mercato delle minerali e che si caratterizza per un posizionamento premium, con un prezzo medio di 2,25 euro al litro. Tradotto in battuta di cassa, una confezione costa in media un euro, ossia il doppio di un pack di acqua minerale.

Anche i preparati per acqua, che sono state una delle novità più rilevanti degli ultimi anni, non sembrano aver conquistato gli italiani. In dodici mesi il mercato è calato dell'1,7% a valore del 2,5% a volume, fermandosi poco sopra i 3 milioni di euro e i 314mila litri venduti. In questo caso il prezzo medio è ancora più alto: oltre 10 euro al litro, che diventano 2 euro circa a confezione.

Produttori: costi in rialzo In un mercato con queste caratteristiche, dove la domanda resta elevata così come la sensibilità al prezzo, e dove il business fa sì grandi numeri ma ha una bassa marginalità, l'efficienza è fondamentale.

«Packaging e logistica sono le prime due voci di costo degli imbottigliatori e incidono per oltre l'80% sul costo - spiega Ettore Fortuna, vicepresidente di Mineracqua - Non sorprende, dunque, che i loro recenti rincari stiano determinando dei cambiamenti nelle strategie delle aziende e un diverso assetto competitivo del settore. Si stanno privilegiando le fonti locali in modo da ridurre l'entità dei trasporti e questo sta portando a investire in diverse parti d'Italia e a segmentare maggiormente l'offerta». Molte fonti, pochi big Le opportunità sul territorio non mancano. In Italia si contano 322 fonti riconosciute dal ministero della Salute, 125 imbottigliatori e 280 marchi. Il mercato è molto affollato ma anche fortemente concentrato, visto che i primi tre player -Sant'Anna, San Pellegrino e San Benedetto - coprono un terzo del valore e le private label sono ormai vicine al 18%. Per questi grandi gruppi il ruolo consolidato delle minerali nello stile di vita italiano e nella dieta mediterranea costituiscono un importante volano per le vendite all'estero, su cui stanno investendo soprattutto i brand premium. Nel 2025 le esportazioni italiane sono cresciute nel 12%, superando gli 1,6 miliardi di litri venduti in un centinaio di paesi, con gli Stati Uniti come primo mercato di sbocco. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Anche il miele soffre le ondate di caldo Import salito del 18%

Apicoltura. Annata compromessa nelle aree più siccitose, con ricavi giù fino al 50%. In Italia prodotte 31mila tonnellate a fronte di un deficit di 26mila

Alessio Romeo


Anche il miele soffre le ondate di caldo Import salito del 18%

Anche la produzione italiana di miele paga lo scotto della crisi climatica. Non tutta nello stesso modo, perché la campagna che si avvia alla chiusura è stata migliore in montagna ma estremamente difficile in pianura e nelle regioni più calde, come Sicilia e Sardegna. Secondo l'Osservatorio nazionale miele il primo bilancio del 2026 restituisce l'immagine di un'annata senza un andamento uniforme: in alcuni territori le produzioni sono state buone o molto buone, mentre in aree vicine i raccolti sono risultati modesti o addirittura assenti, con grandi differenze non solo tra regioni, ma anche tra apiari vicini, in funzione di altitudine, esposizione, varroa (la malattia delle api), disponibilità idrica e tempestività degli spostamenti.

Proprio nei giorni scorsi le principali associazioni di settore (Fai, Mic e Unaapi) hanno scritto al Masaf per chiedere un sostegno specifico legato al reddito degli apicoltori nell'ambito della nuova Politica agricola comune, denunciando una crisi legata a «fattori estranei alla capacità tecnica e imprenditoriale dell'apicoltore» e una contrazione dei ricavi tra il 25 e il 50 per cento. Eppure la stagione era iniziata bene, con temperature primaverili miti favorevoli allo sviluppo delle colonie e all'anticipo delle fioriture. Ma l'apicoltura, cartina di tornasole dello stato di salute ambientale, non poteva non pagare i successivi sbalzi termici, temporali e lunghe ondate di calore che hanno seccato rapidamente i terreni e accorciato la durata delle fioriture, riducendo la disponibilità di nettare per le api in molte aree del Paese.

La nota positiva in un contesto che ha visto l'azzeramento di alcune produzioni è stata la ripresa complessiva del miele di acacia, prodotto cruciale per la redditività aziendale; resta però l'incertezza sulla reazione del mercato e sulla tenuta dei prezzi, in un contesto ancora caratterizzato - sottolinea l'Osservatorio - dalla presenza di giacenze della stagione passata.

L'unica certezza riguarda invece l'aumento dell'import, salito del 18% nel 2025 a oltre 26mila tonnellate di cui oltre un quarto di provenienza extra-Ue, a fronte di una produzione nazionale di circa 31mila tonnellate e consumi stabili a circa mezzo chilo a persona all'anno, al di sotto della media europea di 600 grammi. Un aumento che in prospettiva rischia di colmare il vuoto lasciato sugli scaffali dalle produzioni nazionali in difficoltà. Questo mentre, paradossalmente, il comparto dei confezionatori di miele di Unione Italiana Food - che lo scorso anno ha registrato un aumento del 4% del giro d'affari a 175 milioni di euro - denuncia difficoltà di approvvigionamento.

L'apicoltura, spiega il responsabile Ambiente di Coldiretti Stefano Masini, «è un settore complesso

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

perché riguarda l'allevamento di animali nomadi all'aperto, e quindi più esposto alle implicazioni del clima, ma che allo stesso tempo svolge la funzione positiva di agente impollinatore delle nostre straordinarie produzioni. È un tema che va letto nella sua complessità: produrre miele non è soltanto una professione, degli 80mila apicoltori in Italia solo uno su tre è un agricoltore professionale, questo comporta una minor propensione agli investimenti aziendali in termini tecnologici e una minore attenzione a molti aspetti legati alla e sicurezza, vedi la diffusione della varroa negli anni '80». Ora la crisi climatica, aggiunge ancora Masini, «rischia non solo di provocare danni alla produzione ma diventa anche un fattore di diffusione delle patologie. Come in altri settori assistiamo alla diffusione di patologie che prima non colpivano ma oggi rendono vulnerabili le nostre produzioni: parassiti, batteri, virus. Le api sciamano e questo facilita la diffusione delle malattie. Perciò gli alveari necessitano di un monitoraggio sempre più attento e di competenze che vanno riconosciute agli operatori. Per arrivare al tema di fondo: serve un sistema unico in Europa di anagrafe e dati, come quello che abbiamo in Italia.

Infine c'è il tema delle frodi: «Il miele ha un valore, è un prodotto remunerativo e diventa un'occasione di indebito arricchimento con l'utilizzo di sciroppi o sostanze zuccherine per aumentare il volume della miscela adulterando il prodotto. Questo - conclude Masini - è anche legato alla mancanza di metodi di analisi ufficiali; non è facile, nonostante l'impegno. Come, ad esempio, su una pratica che nasce non come frode ma di trattamento del prodotto: se riscaldo il miele ne modifico le caratteristiche naturali, riscaldato male, troppo a lungo o con troppa intensità si eliminano alcuni enzimi e caratteristiche nutrizionali; andrebbe costruito un protocollo distinguendo i diversi tipi di miele». Acacia, eucalipto, millefiori, tiglio, rododendro, castagno, agrumi, mieli di bosco e di alta montagna l'Italia si distingue per la straordinaria biodiversità dei mieli, con oltre 60 varietà, dalle Dop come il Miele della Lunigiana, delle Dolomiti Bellunesi e il Miele Varesino, fino ad arrivare alle produzioni affinate in barrique o aromatizzate. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Economia, consumi e società

cose da marketing - Dalla newsletter MarketingOggi

La regionalità fa la differenza sulle etichette e nel carrello della spesa

SABINA RODI


COSE DA MARKETING - DALLA NEWSLETTER MARKETINGOGGI

La regionalità fa la differenza sulle etichette e nel carrello della spesa

Che si tratti di latte e yogurt, vini o prodotti tipici da forno, salumi affettati o passate di pomodoro, la regionalità dei prodotti ha ancora un grandissimo appeal per i consumatori. Lo rileva l'ultimo Osservatorio Immagino GS1 Italy, che incrocia le informazioni riportate sulle etichette di circa 151 mila prodotti digitalizzati nel 2025 dal servizio Immagino di GS1 Italy Servizi (ingredienti, tabelle nutrizionali, loghi e certificazioni, claim e indicazioni di consumo) con le rilevazioni NielsenIQ su venduto (retail measurement service) e consumo (consumer panel). I prodotti regionali sono, infatti, percepiti come di qualità. Il legame con il territorio è associato a standard produttivi più alti, freschezza e controllo della filiera, ma anche a tradizione e cultura. Questi dati raccolti dall'Osservatorio forniscono al sistema del largo consumo e ai marketer un patrimonio informativo prezioso, una vera bussola per rispondere sempre meglio alle esigenze del mercato. E come in ogni classifica, naturalmente, ci sono i veri campioni, anche di incassi. Innanzitutto, il 2025 è stato un anno di consolidamento per gli 11.193 prodotti che dichiarano in etichetta il loro legame con una delle regioni italiane. Su base annua le vendite sono salite del +0,9% a valore, sviluppando quasi 3,6 miliardi di euro, mentre i volumi sono rimasti stabili (+0,0%).

La regionalità si conferma così un segmento rilevante poiché rappresenta il 10,8% delle referenze alimentari monitorate dall'Osservatorio Immagino e incide per il 7,3% sul giro d'affari complessivo.

La classifica delle regioni per valore delle vendite del paniere nel food & beverage vede al primo posto il Trentino-Alto Adige, che non solo mantiene la medaglia d'oro ma archivia anche un anno molto positivo, con una crescita del +4,2% a volume e del +5,2% a valore, per un sell-out totale di quasi 481 milioni di euro. La crescita è stata sostenuta sia dall'ampliamento dell'offerta sia dal rafforzamento della domanda (rispettivamente +0,5 e +4,7 punti percentuali). A guidare la crescita sono stati vini Doc/Docg, spumante classico, affettati, yogurt intero e mozzarelle. Bilancio positivo anche per i 742 prodotti "targati" Sardegna che hanno messo a segno una crescita del +3,9% a volume e del +5,7% a valore, superando ampiamente i 278 milioni di euro di sell-out. Al trend hanno dato un forte impulso la domanda (+6,8 punti percentuali) e l'andamento di latte Uht, vino Doc/Docg, mozzarelle, latte fresco e specialità croccanti. Bene anche la Puglia, con 894 prodotti per quasi 264 milioni di euro di vendite, cresciuti in 12 mesi del +3,6% a valore e del +3,3% a volume. Le categorie trainanti sono state vino Igp/Igt, mozzarelle, taralli, birre alcoliche e passata di pomodoro. La performance migliore è stata quella della Liguria con una crescita del +7,1% a valore e del +6,9% a volume e un incasso di 30,5 milioni di euro sviluppato da 212 prodotti. A trainare la crescita delle vendite è stato in primo luogo l'olio extravergine

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di oliva, che rappresenta la categoria più rilevante in termini di valore, seguito da pasta fresca ripiena e olive. Anche il paniere del Molise, composto da 169 prodotti con 145 milioni di euro di sell-out, ha mostrato una dinamica positiva, crescendo del +1,3% a valore e del +2,7% a volume. Un risultato che si deve al traino della pasta di semola, che rappresenta la quota largamente dominante del segmento e che è stata determinante per la performance regionale. Infine, i 280 prodotti delle Marche hanno ottenuto una crescita del +4,9% a valore e del +4,4% a volume, raggiungendo i 53,4 milioni di euro di sell-out. Il calo dei primi tre segmenti per incassi (vini Doc/Docg, vini Igp/Igt italiano e nettari e simili) è stato compensato dal dinamismo di alcune categorie, in particolare pasta fresca ripiena e latte fresco. Andamenti positivi anche per mozzarelle, altri legumi, vegetali e cereali conservati, che hanno contribuito in modo favorevole. Insomma, l'indicazione della regione di provenienza in etichetta può fare ancora una bella differenza a livello di vendite. Un suggerimento prezioso di cui tener conto sia in termini di valorizzazione dei territori sui packaging dei prodotti, ma pure in caso di operazioni di branding o rebranding (e non solo del settore alimentare).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Economia, consumi e società

Caro scuola, libri sotto inflazione ma il corredo costa

GIULIA VENINI


Accoppiata vincente

Caro scuola, libri sotto inflazione ma il corredo costa

Nel 2026 i prezzi dei libri scolastici sono aumentati del 2,3% rispetto al 2025, rimanendo comunque sotto inflazione. Al rincaro, in linea con gli anni precedenti, si è aggiunto di recente l'innalzamento del tetto previsto per i libri di testo imposto dal ministero dell'Istruzione e del Merito alle scuole secondarie di primo e secondo grado, salito dal 15% al 20%. Ciò significa che, mentre prima un istituto poteva superare la soglia per i libri del 15%, ora può farlo fino al 20%. La modifica ha allarmato le famiglie e scatenato le denunce delle associazioni, come Unione Nazionale Consumatori. «Per fortuna poche scuole hanno sfruttato al massimo questo regalo ricevuto da Valditara», ha chiarito Massimiliano Dona, presidente di Unc, «ma certo ha consentito a tutte di avere maggiori margini per alzare la spesa senza pagare il fio della colpa di aver accresciuto troppo i costi dei libri rispetto a quanto previsto, risultando più virtuose agli occhi delle famiglie». Ma non bisogna mai giudicare un libro dalla copertina. Come sa bene ogni famiglia, i costi non riguardano soltanto i libri. È infatti nel corredo scolastico che si nasconde quella che Gabriel Debach, market analyst di eToro, definisce «l'inflazione dell'inevitabile». L'analista riconosce che per il 2026 la spesa media stimata per corredo e libri è di 1.219,26 euro a studente, circa il 2% in più rispetto al 2025 e 200 euro in più se confrontato al 2020 (dati di Federconsumatori), mentre il potenziale risparmio tramite libri usati è spesso ridotto da edizioni che cambiano frequentemente.

Se si rivalutasse però la spesa complessiva del 2020 con l'inflazione accumulata fino a luglio 2026, quella stessa cifra equivarrebbe oggi a circa 1.251,50 euro. Quindi, in termini reali, la spesa complessiva è calata del 2,6% rispetto a sei anni fa. Al contrario, i beni essenziali con data di scadenza come quaderni, quadernoni o matite colorate, hanno subito un rincaro di oltre il 42% dal 2020. I dati indicano che il prezzo di un singolo quaderno è cresciuto di oltre il 66% sia nei supermercati che nelle cartolibrerie.

Nel 2026 lo zaino però non è più solo quello pieno di libri, quaderni e astucci. Con la tecnologia sempre più integrata nel sistema scolastico ad aggiungersi adesso ci sono i pc, con relativi programmi e dispositivi utili alla didattica, spesa che Federconsumatori stima nell'anno corrente per 421 euro.

«Per una famiglia che debba acquistare anche queste dotazioni, sommando tecnologia, libri e corredo il conto può salire a 1.640 euro a studente. Con due figli, e se la dotazione non è già in casa, 3 mila euro smettono di essere un'ipotesi estrema».

Nel 2026 nel monitoraggio compare poi la voce di abbonamento a una piattaforma di AI, come ChatGPT

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

o Gemini: «Software, piattaforme e servizi in abbonamento introducono una terza logica, quella della spesa ricorrente. Il back to school comincia così a estendersi oltre il conto concentrato tra agosto e settembre. Una parte degli strumenti usati per studiare può accompagnare il bilancio mese dopo mese».

C'è infine il «prezzo della scelta», aggiunge Debach, che orbita tra marketing e una certa pressione sociale dovuta all'«effetto brand»: «Per molti genitori, l'acquisto del marchio non è una scelta frivola, ma un tentativo di proteggere i figli dal rischio di esclusione o scherno. Il necessario finisce così per includere anche il cosiddetto superfluo di marca, gonfiando ulteriormente il budget familiare». Le stime di Facile.it indicano che tra gennaio e agosto 2026 il valore dei prestiti personali erogati agli italiani per far fronte alle spese scolastiche è ammontato a 200 milioni di euro. Finanziamenti che, sottolinea l'analisi, «sono sempre più spesso legati ai livelli inferiori del percorso formativo, asilo nido incluso». (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Il diesel record a 5,85 dollari mette nei guai Donald Trump

Il carburante per trasporti e agricoltura è aumentato del 58% in un anno

Luca Veronese


Il gasolio ora costa il doppio del petrolio (e più del jet fuel)

Il diesel record a 5,85 dollari mette nei guai Donald Trump

Da Norges a Pimco portafogli con meno America e più Asia

1,665

3,52$

2,123

5,85$

Il prezzo medio del diesel negli Stati Uniti ha raggiunto 5,85 dollari al gallone: un nuovo massimo storico dovuto alle tensioni con l'Iran e al blocco delle petroliere nello Stretto di Hormuz, oltre che alla continua riduzione dell'offerta globale da parte delle raffinerie russe. E anche il prezzo della benzina è tornato a salire, dopo la ripresa dei raid delle forze Usa sull'Iran, arrivando ieri a una media di 4,15 dollari al gallone (circa 3,8 litri), il livello più alto mai registrato negli Stati Uniti nel mese di settembre, secondo i dati ufficiali dell'AAA, l'American Automobile Association.

Per gli americani il regime di Teheran è lontano, almeno quanto la Russia di Vladimir Putin, mentre l'aumento della spesa per i carburanti è cosa di tutti i giorni: il prezzo del diesel in un anno è cresciuto del 58%, quello della benzina del 30%, tanto da mettere in grave crisi la popolarità di Donald Trump e da complicare enormemente la campagna elettorale dei repubblicani che in novembre, nelle elezioni di Midterm, rischiano di perdere la maggioranza della Camera e forse anche quella del Senato.

Se la benzina è un problema percepito dalle famiglie, l'aumento del prezzo del diesel ha un impatto su tutta l'economia. Negli Usa, circa tre quarti del gasolio consumato viene utilizzato per il trasporto merci su strada, ed è inoltre essenziale per l'agricoltura, alimentando gran parte delle attrezzature utilizzate, soprattutto nella stagione del raccolto. Anche in Stati decisivi per le prossime elezioni come Iowa, Wisconsin e North Dakota. «Ho rimandato l'acquisto del gasolio, sperando che i prezzi calassero», dice Randy Madden dalla sua grande fattoria nello Iowa. «Ma ora, la stagione del raccolto si avvicina e - spiega con preoccupazione - dovrò spendere almeno 40mila dollari di carburante, il doppio di quanto ho speso l'anno scorso per arrivare da settembre a fine anno». Il dipartimento dell'Agricoltura ha dichiarato che i redditi degli agricoltori sono destinati a diminuire del 2,5% in termini reali nel 2026.

Le difficoltà per l'agricoltura e i trasporti sono destinate a farsi sentire sulla spesa degli americani, a cominciare dai beni alimentari, alimentando l'inflazione complessiva. «Ci stiamo avvicinando alla fase finale della campagna elettorale con i prezzi della benzina a livelli storicamente elevati, senza evidenti segnali di miglioramento: e questo preoccupa molto i politici in carica, soprattutto i repubblicani», afferma Neale Mahoney, professore di economia all'Università di Stanford, già consulente dell'amministrazione di Joe Biden.

«La benzina scenderà, il petrolio scenderà come un razzo che va nella direzione opposta non appena vinceremo la guerra con l'Iran», ha minimizzato Trump in un'intervista a Fox News. Anche le sue mosse suggeriscono tuttavia una certa preoccupazione. Nei giorni scorsi il presidente ha incontrato i vertici

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

delle grandi compagnie petrolifere, ha annunciato una manovra senza precedenti sul petrolio del Venezuela, e ha promesso indagini contro le possibili speculazioni di degli importatori e della rete di distribuzione. Ma - secondo gli esperti - difficilmente queste misure avranno un impatto immediato sui prezzi al consumo. Di certo non prima del voto Midterm.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Allarme forniture

Il gasolio ora costa il doppio del petrolio (e più del jet fuel)

All'ingrosso sfiora 200 dollari al barile, in aumento il gap tra domanda e offerta

Sissi Bellomo


Il gasolio ora costa il doppio del petrolio (e più del jet fuel)

Tra Golfo Persico e Russia, si è creato un "buco" da almeno 1,3 milioni di barili al giorno sul mercato globale del diesel: una mancanza pari al 15-20% dell'offerta abituale secondo Argus Media, che risulta impossibile da colmare se non continuando ad attingere alle scorte, già ridotte a livelli critici, e che potrebbe diventare tre volte più grande man mano che ci si inoltra nella stagione di picco dei consumi. Tra agosto e ottobre - quando alle maggiori esigenze in agricoltura si sommano quelle legate al riscaldamento - si crea una domanda aggiuntiva di gasolio di circa 2 milioni di barili al giorno, avvertono gli analisti di S&P Global Energy CERA: «un aumento stagionale che il sistema, già sotto pressione, non sembra in grado di sopportare». Le manutenzioni autunnali nelle raffinerie potrebbero inoltre peggiorare ulteriormente la situazione, sul lato dell'offerta.

È in uno scenario come questo che i rincari del gasolio si stanno intensificando: un'ascesa che appare difficile da fermare e che dai mercati all'ingrosso si trasmette fino alla distribuzione al dettaglio, senza risparmiare nessuno al mondo, nemmeno gli Stati Uniti, dove il prezzo medio del gasolio alla pompa oggi è al record storico, nonostante le estrazioni di greggio da primato e nonostante le raffinerie lavorino a ritmi che non si vedevano da quasi trent'anni, vicino al 98% della capacità (si veda il pezzo a fianco).

Quasi ovunque in Europa fare il pieno di diesel costa ormai ben più di 2 euro al litro: prezzi più che doppi rispetto a quelli praticati negli Usa (anche per il maggior carico fiscale) e ai massimi dall'estate 2022, poco dopo l'invasione russa dell'Ucraina.

Il rischio di ulteriori rincari è concreto, a giudicare dalle spie rosse che si sono accese sui mercati.

Anche nel Vecchio continente -come già accaduto Oltreoceano in agosto - i margini di raffinazione del diesel hanno superato 100 dollari al barile, soglia mai oltrepassata in precedenza: in settimana il cosiddetto "crack spread" ha raggiunto un picco di 104,08 dollari per il carburante in consegna nell'Europa meridionale, secondo Argus. In poche parole il diesel vale ormai più del doppio del greggio: quasi 200 dollari al barile, un prezzo ben superiore anche a quello del jet fuel, che invece oggi scambia intorno a 150 dollari al barile in Europa. Una circostanza insolita, oltre che inattesa, dato che all'inizio della guerra nel Golfo Persico era sul carburante per aerei che si concentravano i maggiori timori di carenze.

Sui mercati finanziari il Brent, riferimento internazionale per il greggio, ieri quotava intorno a 96 dollari al barile: "solo" il 40% in più rispetto a un anno fa, a fronte di un rialzo di oltre il

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

100% per i future sul gasolio all'Ice (ieri poco sotto 1.400 dollari per tonnellata, vicini ai massimi da 4 anni).

Sul fronte del gasolio la situazione è precipitata quando agli effetti del blocco di Hormuz si sono sommati quelli della guerra tra Russia e Ucraina: a mancare all'appello non sono più soltanto le forniture mediorientali, ma anche quelle di origine russa, che l'Europa e in generale i Paesi del G7 non acquistano più da anni, ma che hanno comunque un peso determinante sul mercato globale.

La Russia era il secondo esportatore mondiale di gasolio, superato solo dagli Usa, con una media di circa 800mila barili al giorno l'anno scorso. Ma a metà luglio il Governo ha chiuso le frontiere, messo alle strette dai continui attacchi di droni ucraini contro le sue raffinerie: con il divieto di esportazione - prorogato di recente fino al 30 settembre - dalla Russia sono usciti appena 150mila bg in agosto, stima Vortexa. Nello stesso mese le forniture di distillati medi e leggeri dal Medio Oriente sono scese a 2,14 mbg secondo Kpler, più che dimezzate dai 4,5 mbg di prima della guerra e in calo anche rispetto ai 2,58 mbg stimati a luglio. Il resto del mondo non riesce a compensare carenze tanto grandi. Così l'unica possibilità è prelevare dagli stoccaggi, che sono sempre più vuoti. Negli Usa - anche a causa del boom di esportazioni - le scorte di distillati sono già ai minimi storici per questo periodo dell'anno. In Europa mancano dati altrettanto precisi, ma nel principale hub, quello di Ara (Amsterdam-Rotterdam-Anversa), sono rimaste appena 1,6 milioni di tonnellate di gasolio secondo Insight Global, meno che nel 2022. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Economia, consumi e società

La Cassazione dopo 10 anni apre alla possibilità di applicare l'art. 2467 del codice civile

Cooperative, si cambia rotta

Sì alla postergazione dei finanziamenti dei soci


La Cassazione dopo 10 anni apre alla possibilità di applicare l'art. 2467 del codice civile

Cooperative, si cambia rotta

Sì alla postergazione dei finanziamenti dei soci

Cambio di rotta sulla postergazione dei finanziamenti dei soci alle cooperative. A dieci anni dal precedente arresto del 2016, la Cassazione supera espressamente quell'orientamento e apre all'applicazione dell'art. 2467 c.c. anche alle cooperative. Non basta, però, la qualità di socio né una situazione di difficoltà finanziaria: occorre verificare se l'organizzazione dell'ente consenta al socio che finanzia la cooperativa di acquisire informazioni paragonabili a quelle riconosciute al socio di una società a responsabilità limitata. Questo il recente indirizzo della Suprema Corte, che abbandona una lettura fondata esclusivamente sul tipo societario e sposta l'attenzione sulle caratteristiche organizzative della singola cooperativa e sui poteri informativi riconosciuti al socio. Con l'ordinanza n. 23727 del 21 luglio 2026, i giudici di legittimità hanno stabilito che lo scopo mutualistico, la variabilità del capitale e la tendenziale parità di voto tra i soci non bastano, da soli, a escludere la postergazione. La disciplina prevista dall'art. 2467 c.c. ha, infatti, una matrice organizzativa e non puramente tipologica, con la conseguenza che può trovare applicazione anche alle cooperative quando l'organizzazione concreta consenta al socio di ottenere informazioni paragonabili a quelle di cui potrebbe disporre il socio di una s.r.l. ai sensi dell'art. 2476 c.c.

Nel precedente del 2016, la Suprema Corte aveva seguito una linea restrittiva, ritenendo l'art. 2467 c.c. non applicabile, in via generale, al di fuori del tipo della s.r.l. Con l'ordinanza in commento quel quadro viene espressamente superato.

Da un lato, la Cassazione ridimensiona quel precedente sul piano fattuale, ricordando che in quel caso si trattava di finanziamenti effettuati in applicazione della "legge Marcora", di cui alla legge 49/1985, mediante erogazione indiretta di denaro pubblico attraverso apposite società finanziarie, circostanza che costituiva un'autonoma ragione per negare la postergazione. Dall'altro, valorizza la legge 205/2017, il cui art. 1, comma 239, stabilisce che l'art. 2467 c.c. "non si applica alle somme versate dai soci alle cooperative a titolo di prestito sociale".

Se l'art. 2467 c.c. fosse stato del tutto estraneo alle cooperative, osserva in sostanza la Corte, una simile esclusione non avrebbe avuto ragione d'essere. La deroga sul prestito sociale conferma, quindi, che la postergazione non è in assoluto incompatibile con il tipo cooperativo.

Il punto centrale della pronuncia risiede nel rifiuto di qualsiasi automatismo: non tutte le cooperative sono assoggettate all'art. 2467 c.c. e non tutti i finanziamenti dei soci sono destinati a essere postergati. L'indagine del giudice deve concentrarsi sull'assetto organizzativo dell'ente, verificando se il socio, in base alle prerogative informative riconosciute, si trovi in una posizione assimilabile a quella

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

del socio di s.r.l. Occorre inoltre che, al momento del finanziamento, ricorra uno dei presupposti dell'art. 2467, comma 2, c.c.: l'eccessivo squilibrio dell'indebitamento rispetto al patrimonio netto oppure una situazione finanziaria nella quale sarebbe stato ragionevole effettuare un conferimento.

Non rileva, invece, lo stato soggettivo di effettiva conoscenza di tali condizioni da parte del socio. Una volta accertati i presupposti oggettivi e organizzativi, l'effetto della postergazione opera automaticamente, senza che sia necessario provare che il socio conoscesse concretamente la situazione della società o l'intenzione delle parti.

L'ordinanza affronta anche un ulteriore profilo di interesse pratico: l'ampiezza della nozione di finanziamento "in qualsiasi forma effettuato". Il caso originava dalla liquidazione coatta amministrativa di una cooperativa agricola, nel cui passivo il Tribunale di Modena aveva ammesso in postergazione non solo un finanziamento fruttifero di 380.000 euro, ma anche 1.238.689,10 euro di crediti commerciali derivanti dalla vendita di suini, ritenendo che una dilazione di pagamento convenuta oltre 250 giorni integrasse un finanziamento atipico. Sul punto il relativo motivo di ricorso è rimasto assorbito per effetto dell'accoglimento della prima censura. La Cassazione ha tuttavia precisato che la natura commerciale del credito non esclude, di per sé, l'applicazione dell'art. 2467 c.c.: una fornitura accompagnata da un'anomala e prolungata dilazione dei pagamenti, così come la sistematica omessa o ritardata riscossione di crediti commerciali, può assumere funzione finanziaria. La decisione traccia, quindi, una linea per la consulenza d'impresa e per la redazione degli statuti. L'ampliamento dei diritti di controllo e di informazione dei soci può rendere più concreta l'applicazione dell'art. 2467 c.c., ma non determina da solo la postergazione: resta necessario verificare anche la situazione economico-finanziaria esistente al momento dell'erogazione. La pianificazione degli assetti dovrà tenere conto di questo parametro, ferma restando l'espressa esclusione legislativa del prestito sociale. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Economia, consumi e società

Aziende italiane in missione per testare l'accordo Ue-Mercosur

DAVIDE LENTINI


Il contributo conteso

Aziende italiane in missione per testare l'accordo Ue-Mercosur

L'Italia gioca d'anticipo nella nuova partita del Mercosur. Dal 7 all'11 settembre oltre 60 imprese saranno protagoniste della missione organizzata da Confindustria e Ice in Argentina e Brasile, con tappe a Buenos Aires, San Paolo e Brasilia. L'iniziativa ha un peso particolare perché l'Italia è il primo Paese dell'Unione Europea a portare una delegazione imprenditoriale di queste dimensioni nei due mercati dopo l'avvio della nuova fase dell'accordo Ue-Mercosur. La missione sarà seguita sul campo da ClassCNBC. «L'accordo abbraccia tutti gli Stati europei, ma l'Italia parte per prima portando le proprie aziende», sottolinea Graziano Messana, presidente della Camera di Commercio Italiana di San Paolo. La missione avrà un forte carattere operativo e coinvolgerà l'intero sistema Italia. Le aziende incontreranno le controparti locali in approfondimenti dedicati a cinque filiere: agroalimentare, farmaceutica e medicale, transizione energetica e infrastrutture, macchinari e tecnologie per il mining, digitale. «Non è una missione per scambiare bigliettini da visita ma per fare affari», spiega Messana. «Ci sono già forti manifestazioni di interesse». A raccontare dal Sud America questa nuova fase delle relazioni economiche tra Italia e Mercosur sarà ClassCNBC. Il direttore Andrea Cabrini seguirà la missione giorno per giorno con lo speciale «Incredible Investing-Le opportunità del Mercosur» assieme a Diego Mezzogiorno, corrispondente in Italia di Times Brasil CNBC.

Il timing è decisivo. La parte commerciale dell'accordo infatti è operativa dal 1° maggio e alcune imprese stanno già beneficiando della riduzione dei dazi.

Ma non tutte conoscono le nuove procedure. Messana racconta che all'Agrishow di maggio, il più grande evento di tecnologia agricola del Brasile, alcune aziende italiane hanno modificato listini e prezzi in fiera dopo aver scoperto le nuove condizioni. Altre non ancora informate hanno continuato nei mesi successivi a esportare con la vecchia procedura, pagando dazi più elevati. Ma Messana spiega: «Per le merci che avevano già diritto alle nuove tariffe è però possibile verificare il recupero di quanto versato in eccesso. Come si vede, conoscere le regole dell'accordo può tradursi immediatamente in maggiore competitività».

Il potenziale è rilevante: Confindustria stima oltre un miliardo di euro di export italiano ancora inesplorato tra Argentina e Brasile, con prospettive di crescita che nel lungo periodo potrebbero valere altri 6 miliardi. Messana vede nell'industria uno dei terreni più promettenti. «Il Brasile sta rinnovando il parco industriale.

Non produce molta tecnologia e deve comprarla». Da qui le opportunità per la meccanica e l'impiantistica italiane, dal packaging alla logistica, dal farmaceutico alle tecnologie per il mining.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Economia, consumi e società

Proprio le terre rare aprono un capitolo strategico: il Brasile dispone di enormi risorse ma necessita di tecnologie e competenze per estrarle e trasformarle. Secondo il presidente della Camera di Commercio a San Paolo, «l'Italia può portare macchinari ed expertise tecnologica inserendosi in filiere che arrivano fino a microchip e data center, settore in forte accelerazione anche grazie alla disponibilità brasiliana di energia rinnovabile». Anche l'agroalimentare può beneficiare dell'apertura. «L'accordo esce dal cassetto e finisce negli scaffali dei supermercati nella misura in cui aumentiamo l'esportazione di formaggi, insaccati e alimenti ad alto valore aggiunto», osserva Messana.

La sfida riguarda soprattutto le pmi. La Camera di Commercio di San Paolo respinge l'idea che il Brasile sia un mercato riservato ai grandi gruppi. Ad oggi sono circa 1.100 le aziende italiane presenti nel Paese e gran parte sono piccole e medie imprese. «Ci sono aziende che fatturano 2 o 3 milioni di euro e hanno aperto una società qui. Alcune sono arrivate a fatturare in Brasile più di quanto facevano in Italia», spiega Messana.

A sostenerle c'è un Ssistema Italia che in Brasile mette insieme ambasciata, Camera di Commercio, Ice, Simest, Sace e gli altri soggetti dell'internazionalizzazione: dalla ricerca di distributori alla copertura finanziaria delle esportazioni fino a joint venture e investimenti produttivi.

È su questo terreno che si misurerà il vantaggio dell'essersi mossi per primi. Dal 7 settembre Argentina e Brasile diventano il banco di prova per capire se il Mercosur potrà trasformarsi per le imprese italiane da opportunità teorica a ordini e investimenti. Una partita che Class CNBC in collaborazione con Times Brasil CNBC racconterà giorno per giorno nello speciale «Incredible Investing-Le opportunità del Mercosur» sui canali 828 del digitale terrestre e 507 di Sky. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

Robotica, verso incentivi per l'uso di umanoidi

Urso: «Governo al lavoro Nel Dl imprese entrerà il business wallet»



Il business wallet nel decreto Imprese e agevolazioni per la robotica avanzata, anche per la produzione di umanoidi, probabilmente nella legge di bilancio. A delineare i due interventi è il ministro per le Imprese e il made in Italy, intervenendo al Forum Ambrosetti in corso a Cernobbio.

La corsa delle industrie cinesi alla produzione di modelli avanzati di umanoidi, da impiegare nel ciclo produttivo delle fabbriche ma anche in altri contesti, secondo Adolfo Urso richiede una risposta europea. Per rispondere a un'invasione di robot che potrebbe determinare una nuova dipendenza tecnologica. «Intendiamo per questo varare un pacchetto di misure che incentivi ulteriormente l'innovazione nella robotica industriale e nell'uso degli umanoidi.

È importante accelerare su questa sfida per realizzare un sistema del welfare che, a differenza di quello cinese e americano, mantenga la persona al centro di ogni cosa: non per liberarsi dal lavoro, ma dalla fatica del lavoro», dice Urso citando anche un lavoro in corso da parte del Cnel.

Il veicolo per intervenire in questo campo potrebbe essere la legge di bilancio che arriverà in consiglio dei ministri ad ottobre, in parallelo al decreto Imprese. Quest'ultimo provvedimento sarà connotato da misure anti burocrazia, «uno shock di semplificazioni di cui ho parlato anche con il presidente di Confindustria Emanuele Orsini», dice Urso. Si prevedono interventi per rendere più facili e celeri le autorizzazioni per gli impianti di energia rinnovabile. E c'è l'idea di attuare il business wallet, cioè il portafoglio digitale europeo per le imprese presentato dalla Commissione nel novembre 2025. Ciò a cui si pensa è un'identità legale interoperabile, che garantirebbe valore legale alle interazioni online a livello comunitario per le aziende che potranno controllare l'identità degli altri immediatamente e dimostrare la propria; creare, archiviare e condividere istantaneamente documenti come licenze verificate, permessi, certificati e altro ancora; comunicare con altre imprese o amministrazioni pubbliche attraverso un canale sicuro. Proseguono intanto a buon ritmo le prenotazioni delle imprese per l'iperammortamento del nuovo piano Transizione 5.0. L'ultimo aggiornamento fornito dal ministro a Cernobbio indica la cifra complessiva di 16.500 istanze per un totale di 5,4 miliardi di euro, tra progetti per i quali è stata presentata solo la comunicazione preventiva e progetti per i quali è stata trasmessa anche la conferma del versamento di un acconto al fornitore pari ad almeno il 20 per cento. Un mese fa il monitoraggio segnava poco meno di 15mila domande per 4,75 miliardi di euro. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

Perché i robot umanoidi trasformano l'industria

Corrado Canali



Non bastava l'automazione, ormai a tappeto, nella fabbriche di automobili, per gestire al meglio una produzione quelle delle auto dai costi elevati per essere sostenibili. Serviva, insomma, un cambio di passo per ridurre mansioni monotone, senza pause e magari garantirsi una operatività 24 ore su 24. Toccherà, dunque, ai robot umanoidi rivoluzionare l'assemblaggio delle auto del futuro sfruttando le loro caratteristiche di precisione e di stabilità che azzereranno anche il tasso di prodotti difettosi. Specie soprattutto per quanto riguarda le procedure di saldatura e di verniciatura, ma non soltanto. Sono numerose le case costruttrici che li stanno testando, fra i primi ad impiegarli è stata Bmw che nella fabbrica americana di Spartanburg in Carolina del Sud, sono ormai diventati un presenza costante, anche se per ora sono più lenti degli esseri umano. Ci vorrà anche del tempo, ma poi saranno solo loro a spostare componenti dai containers ai carrelli e afferrare dei pezzi e trainare i carrelli. A fine estate saranno anche introdotti per una fase test nella fabbrica europea di Lipsia del brand di Monaco di Baviera. C'è chi non condivide che siano troppo umani con quelle braccia che si muovono e le gambe che camminano. Dopo Bmw i più all'avanguardia sono gli Apollo di Mercedes, mentre Hyundai ha acquisito, in tempi non sospetti, gli specialisti di Boston Dynamics che offrono una gamma di soluzioni robotiche sia di tipo industriale che umanoidi in carne e ossa. C'è, poi, Tesla che guarda al business che ne deriverà da un utilizzo dei robot nel settore automobilistico accantonando o ridimensionando addirittura un progetto di auto come la Model 2. A ragione visto che la robotica e la AI fisica sono un settore strategico dalle grandissime prospettive poiché queste tecnologie di produzione permettono di abbattere i costi industriali. Non a caso che il brand cinese Xpeng ha raccolto, in pochi giorni, oltre 900 milioni di dollari in finanziamenti per la sua divisione robotica. Va poi detto che l'utilizzo dei robot non è soltanto limitato al settore automotive, ma ha un ampio scenario di soluzioni, chi più non ne ha, se ne inventa. Chissà, poi, se a frenare un utilizzo, su larga scala, dei robot nella fabbriche d'auto saranno, forse, i sindacati timorosi che un'ulteriore spinta su automazione e Ai possa comportare ulteriori esuberi in un comparto in crisi. In fondo i robot non così veloci, per ora, rispetto ai lavoratori tradizionali. Non sarà per molto, ma per ora non è da poco. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

Tutti i paesi che l'hanno adottata hanno goduto di un aumento di posti di lavoro

L' IA non deve far paura. Anzi

Floriano Masoero, Ceo di Siemens, dal Forum Ambrosetti

ANTONINO D'ANNA


ItaliaOggi PRIMO PIANO

Tutti i paesi che l'hanno adottata hanno goduto di un aumento di posti di lavoro

L' IA non deve far paura. Anzi

Floriano Masoero, Ceo di Siemens, dal Forum Ambrosetti

SCORRIMANO IN BIBLIOTECA

Floriano Masoero, Ceo di Siemens, ne parla qui a margine del Forum Ambrosetti di Cernobbio (Como) con un entusiasmo contagioso: L'IA, Intelligenza artificiale, non deve fare paura. Tutti i Paesi che hanno adottato le nuove tecnologie per primi hanno creato enormi quantità di posti di lavoro. Di più: unita alla transizione energetica è un'opportunità di business che nei prossimi 15 anni vale per l'Europa il 6% di Pil in più, cioè 1000 miliardi di euro. Le aziende devono investire senza perdere questo treno, ma Unione Europea e singoli Stati devono aiutarle con una cornice normativa apposita. **Domanda. Nella corsa all'IA siamo arrivati ad una specie di triello. Gli Usa da una parte, i cinesi dall'altra e l'Europa che fa?**

Risposta. L'Europa ha la più grande opportunità che ha mai avuto. Pensiamo che l'emergenza climatica e la physical IA (quella cioè che non si limita generare testo, immagini o decisioni, ma percepisce il mondo fisico e agisce direttamente su di esso, N.d.R.) convergono nella più grande opportunità del nostro secolo. Dobbiamo iniziare a guardare l'efficientamento energetico non come un costo, ma come una vera e propria opportunità di business che il rapporto Draghi stima che al 6% di PIL nei prossimi 15 anni, vuol dire mille miliardi. E soprattutto la physical IA può valere per l'Europa, entro il 2030, 110 miliardi. Un'opportunità di business gigantesco.

D. Oggi chi sta veramente approfittando di questa opportunità gigantesca?

R. La Cina. La Cina ha attuato la strategia che l'Europa ha definito. Sta attuando una filiera completa su tutta quella che è la parte di efficientamento energetico, quindi pannelli, batterie, tutta la parte di stoccaggio, la parte di software e poi ha aggiunto il physical IA che entra all'interno delle fabbriche e aumenta la produttività, l'efficienza, riduce i costi della transizione con un vantaggio competitivo non indifferente.

D. Verrebbe da chiedere: tutto perso per l'Europa?

R. No, la realtà è che l'Europa può giocare veramente una carta fondamentale che è l'Italia con la Germania.

L'Italia e la Germania sono le due nazioni più industrializzate d'Europa che possono veramente mettere sul tavolo diverse leve. La prima leva è l'efficientamento energetico e la parte di transizione energetica permette intanto di ridurre il costo dell'energia. Non solo: la Germania e l'Italia storicamente hanno il più grosso know-how a livello mondiale su tutta la catena industriale, che vuol dire grandi end user

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

(utenti finali) che riescono a progettare prodotti super innovativi. La terza leva è un ecosistema fatto da grandi aziende, da Pmi molto agili, molto innovative e flessibili. Abbiamo tutto quello che serve per essere veramente protagonisti.

D. E poi?

R. Devono essere le imprese europee, italiane, a capire l'opportunità e a investire in maniera importante. E poi il governo e le istituzioni europee devono creare un framework normativo di supporto aiutando le aziende che decidono di investire in questo.

Assieme possiamo farcela.

D. Che cosa può fare la vostra IA in una piccola e media impresa?

R. La nostra IA entra in tutti gli ambiti, dal design al prodotto, quindi può aiutare a disegnare dei prodotti completi e simularli prima ancora che siano stati costruiti.

Un ingegnere che sviluppa con il nostro IA Portal, all'interno ha oggi un agente che si chiama Aigen, agente di Siemens, dove posso domandare tutti i task ripetitivi di programmazione all'agente, il quale si adatta al modo di programmare della mia impresa e quindi l'ingegnere invece di fare il coding fa quello che gli viene meglio, cioè dedicarsi allo sviluppo di nuove applicazioni. E poi nelle fabbriche ci sono le IA di Siemens: per esempio con IMA abbiamo creato una macchina per il packaging dotata di reti neurali e una sua IA che riprogramma da sola le proprie funzioni a seconda delle richieste che arrivano all'industria. Sa cioè adattarsi e diventare flessibile. Oggi l'IA nel mondo fisico entra su tutta la catena industriale e poi completiamo il cerchio alimentando tutto questo con energia rinnovabile gestita da reti intelligenti di distribuzione elettrica pilotate sempre dall'IA.

D. Tanti dicono che queste macchine distruggeranno i posti di lavoro o piuttosto ne creeranno altri.

R. Nelle rivoluzioni industriali precedenti, i paesi e le aziende che hanno investito per primi nelle nuove tecnologie sono quelli che sono cresciuti di più e hanno creato posti di lavoro. Quindi investiamo prima, investiamo di più: creeremo più posti di lavoro in Italia di quelli che perderemo.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023