Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 13 luglio 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 13 luglio 2026

Area Emilia Romagna

13/07/2026 **Gazzetta di Parma** Pagina 19 — 4
Caritas e «penne nere» unite per solidarietà: grande partecipazione a «Dona la spesa»

13/07/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Rimini)** Pagina 33 — 5
Dall'associazione Con...Tatto condizionatori per le sale colloqui

12/07/2026 **Largo Consumo** — 6
Coop Alleanza 3.0: 420 milioni in RomagnaCoop

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

13/07/2026 **Messaggero Veneto (ed. Pordenone)** Pagina 17 — 8
Prosegue Estate fresca al centro commerciale

Area Marche e Abruzzo

13/07/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Pesaro)** Pagina 64 — 9
Agrofutura ospita "Occhi sulla storia" e sbarca a Pesaro

Controllate e partecipate

13/07/2026 **Affari & Finanza** Pagina 6 *Giovanni Pons* — 10
Unicredit-Commerz i paletti tedeschi

13/07/2026 **Affari & Finanza** Pagina 7 *Massimo Giannini* — 12
Il prezzo su Mps è giusto? Il "comandante" Lovaglio pronto all'ultima battaglia

13/07/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 5 *STEFANO RIGHI* — 14
Non solo Commerz il dossiere Fineco per Unicredit

Coop e Cooperazione

13/07/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 18 *ISIDORO TROVATO* — 16
COOP ITALIA SIAMO PRONTI PER FARE SHOPPING

13/07/2026 **Corriere dell'Umbria** Pagina 41 *SARA POLVANI* — 18
Cristiana Capotondi apr il Festival delle Musiche

13/07/2026 **Il Tirreno (ed. Firenze-Prato-Pistoia-Montecatini)** Pagina 18 — 20
Firenze "Liberamente" nella cavea del Maggio

Concorrenza GDO

13/07/2026 **Corriere dell'Umbria** Pagina 36 *SIMONE FRANCIOLI* — 21
Rivoluzione in via del Centenario: due nuove rotonde e supermercato

13/07/2026 **Italia Fruit**
Cia Conad, il carrello cresce piano e il prezzo resta decisivo 22

13/07/2026 **Giornale di Sicilia** Pagina 13
Famila festeggia la patrona con artisti e narrazioni 23

13/07/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 20-21
A Serra un nuovo defibrillatore in piazza grazie a Conad e Avap 24

13/07/2026 **Corriere Adriatico** Pagina 16
Alcolici a un minorenne, multata la cassiera 25

Economia, consumi e società

13/07/2026 **La Repubblica** Pagina 6 *FILIPPO SANTELLI* 26
Torna l'ansia da inflazione occhi su diesel e gas Lagarde va a Washington

13/07/2026 **La Stampa** Pagina 22 *MAX CASSANI* 28
Valle d'Aosta come il mare La scommessa di Rudy l'olio nasce dai ghiacciai

13/07/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 17 *Giampaolo Colletti , Fabio Grattagliano* 30
I brand aprono la nuova caccia a ciò che i clienti non dicono

13/07/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 7 *STEFANO AGNOLI E MAURO MEANTI* 32
Benzina su e giù? Non è mercato, tocca alla politica

13/07/2026 **La Repubblica** Pagina 6 *DIEGO LONGHIN* 33
Adolfo Urso - "Se i carburanti risalgono aiuti mirati a imprese e famiglie"

Innovazione e mondo digitale

13/07/2026 **Affari & Finanza** Pagina 11 *Vittorio Emanuele Orlando* 35
La nuova casa Reply dove nascono i modelli per l'IA

13/07/2026 **Affari & Finanza** Pagina 32 *Giulia Cimpanelli* 37
L'Europa alla prova della sovranità digitale

13/07/2026 **Affari & Finanza** Pagina 35 *Andrea Frollà* 39
Andare oltre il Pnrr le sfide dell'Italia tecnologica

13/07/2026 **Affari & Finanza** Pagina 38 *s.d.p.* 41
Sicurezza sul lavoro, così l'IA semplifica i controlli

13/07/2026 **Italia Oggi Sette** Pagina 2 *ANTONIO CICCIA MESSINA* 42
IA, si può attendere per le regole Ue sui sistemi ad alto rischio

13/07/2026 **Italia Oggi Sette** Pagina 3 *ANTONIO CICCIA MESSINA* 46
Un compromesso sulla privacy

Gazzetta di Parma

Area Emilia Romagna

Collecchio Iniziativa benefica

Caritas e «penne nere» unite per solidarietà: grande partecipazione a «Dona la spesa»


Provincia

Un circolo davvero virtuoso con il progetto Giraskuola

Caritas e «penne nere» unite per solidarietà: grande partecipazione a «Dona la spesa»

I piccoli saharawi ricevuti in Comune

A LUGLIO SEMPRE APERTA E RAGGIUNGIBILE
DAL LUNEDÌ AL SABATO 8.30-13.00 e 15.30-19.30
TAMPONI STREPTOCOCCO PRENOTAZIONI CUP
Farmacia Donetti
P.za Avanzini, 1 COLLECCHIO Tel. 0521 806315
AUTOANALISI NUTRIZIONISTA PRESSOTERAPIA
PRODOTTI PER TRATTAMENTI VISO

)) Collecchio Ottimo riscontro per l'iniziativa «Dona la spesa», organizzata da Caritas Collecchio in collaborazione con Coop Alleanza 3.0 e con il prezioso coinvolgimento dei volontari del Gruppo Alpini di Collecchio, da sempre in prima linea nelle attività di solidarietà locale. Sono stati raccolti generi alimentari a lunga conservazione e prodotti per l'infanzia a favore di numerose famiglie in difficoltà economica presenti sul territorio. La raccolta si ripete due volte all'anno, da diversi anni, con ottimi risultati che testimoniano la grande coesione della comunità. Da qui il ringraziamento della Caritas locale ai collecchiesi che, con generosità e spirito di condivisione, hanno donato diversi generi di prima necessità. A settembre, poi, è prevista una nuova importante mobilitazione: la raccolta di materiale didattico per i bambini delle famiglie in difficoltà economica, in vista dell'avvio del prossimo anno scolastico. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Rimini)

Area Emilia Romagna

Impegno e solidarietà

Dall'associazione Con...Tatto condizionatori per le sale colloqui


FORLÌ
Dietro e oltre le sbarre

Il carcere in sofferenza
«Manca il 30% di agenti»

Dall'associazione Con...Tatto condizionatori per le sale colloqui

arena rocca estate7

Un nuovo gesto di solidarietà a favore del miglioramento delle condizioni di vita nel penitenziario di via della Rocca. L'associazione di volontariato ConTatto ha infatti risposto a un appello della direttrice della casa circondariale, Carmela De Lorenzo, per rifornire le sale colloqui dell'istituto carcerario di alcuni condizionatori; apparecchi utili ad alleviare il disagio per l'intenso caldo di questa estate durante i momenti settimanali di visita delle famiglie, che spesso avvengono con la presenza di bimbi piccoli, presso i propri congiunti detenuti.

Infatti, «nel periodo più rovente dell'anno - spiega l'associazione stessa -, le sale erano diventate invivibili e ogni tipo di attività ne risentita negativamente». In questa situazione, alcune settimane fa i volontari di Contatto riuniti in assemblea «hanno deciso di devolvere proprie risorse alla fornitura dei condizionatori, grazie ai contributi della Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì, gestiti in collaborazione con il Centro di Solidarietà».

L'associazione Con...Tatto, attiva da circa 20 anni all'interno e all'esterno del Carcere di Forlì, dalle sue origini fornisce sostegno alla genitorialità delle famiglie e dei minori delle persone detenute. Grazie ai propri volontari, formati sulle normative e le prassi che regolano i diritti/doveri di familiari e detenuti, gestisce momenti di accoglienza e supporto emotivo e pratico, organizzando feste mensili in carcere per permettere e mantenere relazioni affettive positive tra i più piccoli e i genitori detenuti, in collaborazione con i volontari dell'Associazione Vip ViviamoInPositivo e il contributo di Coop Alleanza 3.0.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Largo Consumo

Area Emilia Romagna

Coop Alleanza 3.0: 420 milioni in RomagnaCoop


Largo Consumo

Coop Alleanza 3.0: 420 milioni in RomagnaCoop

07/12/2026 11:57 Viviana Persiani

Coop Alleanza 3.0 chiude il bilancio 2025 con un utile consolidato di gruppo di 38,5 milioni di euro, 20,4 milioni di euro in più rispetto al 2024; in Romagna conta 235mila soci attivi, opera con 41 negozi e realizza vendite per 420 milioni di euro, con il 77,7% delle vendite alla base sociale (327 milioni di euro). I numeri approvati dall'assemblea generale dei soci di Coop Alleanza 3.0 – preceduta da 99 assemblee separate sui territori – confermano il radicamento locale della realtà della cooperazione di consumo, la più grande cooperativa italiana. Le vendite a insegna sono cresciute del 2,3% sul 2024, attestandosi a 5.869 milioni. Nel bilancio spicca l'elevata incidenza delle vendite di prodotto a marchio Coop (31%) e, rispetto al precedente esercizio, si registra un +23,3 milioni di vendite di ortofrutta e un +38,4 milioni di vendite di freschissimi (con incrementi in quantità rispettivamente del 5,3% e del 3%). La solidità della presenza nelle province di Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini è confermata anche dal numero di soci che danno fiducia allo strumento del prestito sociale: sono 49.200, con una raccolta pari a 287,2 milioni di euro. «Siamo orgogliosi di questo andamento - dice il presidente di Legacoop Romagna, Paolo Lucchi -, che consolida un trend in atto da tempo e prefigura ulteriori investimenti nella nostra area, per migliorare la qualità della rete distributiva, dei negozi e del servizio ai soci romagnoli. Il livello di partecipazione alle assemblee di zona e i numeri di bilancio, confermano la relazione strettissima che esiste tra la Romagna e Coop Alleanza 3.0, un mondo fatto di qualità, democrazia, valori e attività rivolte alla comunità. Legacoop Romagna è al fianco della cooperazione di consumo ogni giorno, dalla composizione del consiglio di amministrazione, al costante confronto con i soci, fino alle azioni di diffusione dei principi cooperativi, come dimostra il progetto di promozione cooperativa Coopstartup Romagna, sostenuto da sempre da Coop Alleanza 3.0. Lo ha confermato anche la recente presenza sul palco di Cesenatico, per la premiazione delle Donne Cooperatrici dell'Anno, del presidente Domenico Livio Trombone, che ringraziamo per l'attenzione con cui segue il rapporto con il nostro territorio. La presenza forte in Romagna di soggetti cooperativi di livello nazionale come Coop, ma anche Unipol, Conad, Camst e molti altri, garantisce un livello di diffusione capillare dei principi cooperativi che ha pochi uguali e dimostra l'attualità di un progetto collettivo che proprio qui ha trovato uno dei propri motori di nascita e diffusione oltre 135 anni fa». «La Romagna - spiega Domenico Trombone, presidente di Coop Alleanza 3.0 - è uno dei luoghi nei quali la cooperazione definisce l'identità collettiva, e lo fa rendendo concreti i valori di solidarietà e mutualità. Una concretezza che si ritrova anche nella relazione che questa terra ha con la nostra Cooperativa: oltre il 10% dei nostri soci e delle nostre socie proviene dalla Romagna,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ed in Romagna operiamo con oltre il 10% dei nostri punti vendita che producono una quota significativa del nostro fatturato. Ed è proprio il radicamento territoriale a guidare le nostre scelte industriali: valorizziamo le eccellenze locali tramite filiere corte ed il pescato del giorno arriva nei negozi direttamente dai mercati di Rimini, Cattolica e Cesenatico. Sul fronte sociale, progetti come "Ausilio per la spesa" a Ravenna e Forlì sostengono i più fragili, e con l'iniziativa "Più vicini" sono sempre le Socie e i Soci romagnoli a scegliere quali progetti locali finanziare. La nostra Cooperativa è in continua evoluzione, ma una cosa è certa: la Romagna rimarrà sempre uno dei suoi luoghi fondativi».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto (ed. Pordenone)

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Prosegue Estate fresca al centro commerciale


Pordenone

«Per assistere al concerto mi hanno chiesto il certificato di disabilità»

Mondiali giovanili di pesistica Argento e record per Dal Bò

Il restauratore di moto «Giornale completo»

Prosegue Estate fresca al centro commerciale

L'iniziativa Proseguirà fino al 31 agosto l'iniziativa "Estate fresca 2026", nata con l'intento di offrire occasioni di incontro e socializzazione alle persone anziane e fragili soprattutto nei mesi più caldi dell'anno.

L'appuntamento, per tutto il mese di luglio e in agosto, è negli spazi climatizzati, confortevoli e accoglienti del centro commerciale Meduna, raggiungibile agevolmente con i mezzi pubblici (Linea 2, Linea rossa e Linea U). All'interno del Centro Meduna dal lunedì alla domenica dalle 10 alle 12 vengono proposte attività ricreative, di animazione e divertenti momenti di socialità. Sarà l'occasione per trascorre un paio d'ore al giorno al fresco e in compagnia. Tutte le attività sono gratuite. Il progetto è promosso dal Comune di Pordenone in collaborazione con Centro commerciale Meduna, Coop Alleanza 3.0, Confcommercio Pordenone, Fipe e Atap assieme a un nutrito gruppo di associazioni del territorio, coordinate da Fondazione Alvise.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Pesaro)

Area Marche e Abruzzo

Il festival itinerante che racconta l'agricoltura di domani incontra l'esposizione dedicata a il Resto del Carlino di Letizia Magnani

Agrofutura ospita "Occhi sulla storia" e sbarca a Pesaro


Agrofutura ospita "Occhi sulla storia" e sbarca a Pesaro

NEL CUORE delle Marche, regione fra le più vocate all'agricoltura, va in scena giovedì 16 luglio un evento speciale. In occasione del Carlino Day, infatti, al Palazzo Ducale di Pesaro, è di scena un appuntamento con due grandi eventi. Agrofutura e la mostra per i 140 anni de il Resto del Carlino. Ad affiancare il festival itinerante che racconta l'agricoltura di domani, anche "Occhi sulla storia", l'esposizione de il Resto del Carlino che ripercorre 140 anni di storia attraverso le foto e le notizie delle prime pagine. Anno dopo anno, notizia dopo notizia, dallo scoppio delle due Guerre Mondiali allo sbarco sulla Luna fino agli episodi meno noti che hanno segnato l'identità del nostro territorio, la mostra fa rivivere i momenti che hanno cambiato il mondo.

Valerio Baroncini, vicedirettore il Resto del Carlino, e Paolo Rosato, responsabile redazione il Resto del Carlino Pesaro, faranno da padroni di casa alla giornata di lavori. Introduce i lavori Enrico Rossi, vicepresidente della Regione Marche e assessore con delega all'Agricoltura. Seguiranno i saluti istituzionali del sindaco di Pesaro, Andrea Biancani e del sindaco di Urbino, Maurizio Gambini, che approfondiranno il tema del «futuro dell'agricoltura tra collina e mare». Si prosegue, quindi, con una tavola rotonda dedicata al tema «Dare credito alla terra», che vede protagonisti Marco Lazzari, responsabile del servizio agri banking di Bper Banca ed Elena Viganò, prorettrice dell'Università degli Studi di Urbino e docente di Economia agraria, alimentare ed estimo rurale. Qual è la tipicità di questo territorio? Ne parlano, con racconti e testimonianze, alcuni imprenditori e imprenditrici marchigiani. Lo chef Stefano Ciotti sarà protagonista del panel dedicato al «Territorio in movimento, la cucina del mare» a cui farà seguito l'intervento «Territorio in Movimento: sapori, radici e nuovi mercati». Protagonisti: Marianna Velenosi, strategic marketing manager in Velenosi Vini; Lorella Ambrogi, amministratorrice delegata del gruppo Paci & Pagliari; Giulia Guerrieri, produttrice di oli, vini e pasta e Michele Bernetti, presidente Istituto Marchigiano Tutela Vini. A chiudere il convegno, il presidente della Regione Marche, Francesco Acquaroli, che inaugurerà la mostra itinerante realizzata in occasione delle celebrazioni per i 140 anni del quotidiano il Resto del Carlino. L'evento è realizzato con il patrocinio del Comune di Pesaro. A sostenere Agrofutura, come main sponsor, ci saranno il ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste e Bper. L'evento avrà come parnter Coop Alleanza 3.0 e come partner green design O2 Farm. La mostra "Occhi sulla storia" è realizzata grazie al supporto del main sponsor Hera e degli sponsor: gruppo di mutuo soccorso Campa, la Bcc ravennate forlivese e imolese e Società Dolce. L'ingresso all'evento è gratuito, su prenotazione. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Affari & Finanza

Controllate e partecipate

LO SCENARIO

Unicredit-Commerz i paletti tedeschi

Controllo solo nel 2028 e Berlino potrebbe chiedere di spostare la sede. Per questo Orcel vuole giocare anche una carta italiana

Giovanni Pons


Unicredit-Commerz
i paletti tedeschi
Controllo solo nel 2028 e Berlino potrebbe chiedere di spostare la sede. Per questo Orcel vuole giocare anche una carta italiana
"Fuori dal risiko sen
la strategia di Fonda

Unicredit ha conquistato il 50% del capitale di Commerzbank, attraverso acquisti diretti e successivi sul mercato e con un'Ops che ha portato il 17% delle azioni della banca tedesca. Questo traguardo è sufficiente per dire che la banca guidata da Andrea Orcel ha finalmente portato a termine un'operazione di m&a trasnazionale? E, seconda domanda: Orcel a questo punto può tornare a guardare l'Italia e cercare di avere un ruolo nel risiko bancario in corso? In effetti il percorso che deve intraprendere Unicredit per avere il pieno possesso di Commerzbank non è tutto in discesa, anche se grandi passi avanti sono stati fatti. Le autorizzazioni di Bce e autorità antitrust non arriveranno prima della fine dell'anno. Poi bisognerà aspettare l'assemblea di aprile 2027 per prendere il controllo del Consiglio di Sorveglianza che a sua volta nominerà un nuovo Consiglio di gestione con un nuovo ad indicato dal cda italiano di Unicredit. A quel punto partirà la fase di allineamento manageriale e culturale di Commerzbank con Hypovereinsbank, la controllata bancaria tedesca di Unicredit. Ma una fusione vera e propria non arriverà prima del 2028. Secondo il piano Commerzbank Unlocked l'utile 2028 della banca tedesca, previsto ora a 4,5 miliardi, potrebbe salire a 5,1 miliardi, vale a dire 600 milioni in più. Per il 2030 sono previsti inoltre profitti in ulteriore crescita a 6 miliardi e in caso di aggregazione con UniCredit la "combined entity" raggiungerebbe così un utile di circa 21 miliardi. Nella sola Germania, che diventerebbe il primo paese del gruppo Unicredit, nascerebbe una banca da 8,5 miliardi di utile.

In questi due anni, però, c'è da aspettarsi qualche manovra ostruzionistica da parte del governo tedesco o dalle istituzioni che finora si sono sempre mostrate contrarie all'acquisizione da parte degli italiani. Se Orcel non riuscirà a far partire il dialogo, come auspica da tempo, con il governo e con i vertici di Commerzbank, portare avanti un'operazione totalmente ostile potrebbe riservare sorprese non gradite. Bafin (Consob tedesca), Bundesbank e anche la procura stanno analizzando in dettaglio se tutti i passaggi della scalata sono stati compiuti rispettando leggi e regolamenti tedeschi.

Inoltre, poiché in caso di raggiungimento degli obbiettivi insieme a Commerzbank il business in Germania salirebbe al 65% del totale, c'è da chiedersi se le autorità tedesche non possano chiedere a Orcel di postare la sede di Unicredit da Milano alla Germania. Sarebbe un passo a cui probabilmente il governo italiano potrebbe opporsi con la legge sul Golden power ma comunque aprirebbe un contenzioso non da poco. Ecco perché Orcel potrebbe tornare a volgere lo sguardo verso l'Italia per cercare di ribilanciare i pesi del business bancario. L'acquisizione di Banco Bpm nel 2025 era stata pensata anche nell'ottica di rafforzamento sul territorio italiano in vista di un passo simile su quello tedesco.

Ma ora, a differenza di un anno fa, i francesi del Crédit Agricole hanno guadagnato potere e posizioni su Banco Bpm, dove sono appena saliti al 30% del capitale.

Una trattativa tra Orcel e i vertici della banca francese oggi sono dunque molto più difficili, considerando che nel 2027 scade il contratto di distribuzione dei prodotti Amundi sulla rete Unicredit e che gli italiani non hanno intenzione di rinnovare. L'alternativa per Unicredit sarebbe quella di gettarsi nella mischia proponendo un'offerta su Mps migliore di quella proposta da Intesa Sanpaolo e Unipol. Ma vorrebbe dire innescare una guerra di prezzo per aggiudicarsi la preda senese e si sa che Orcel è molto attento ai parametri a cui si realizzano le operazioni di m&a. Un'ulteriore strada sarebbe quella di entrare nella partita per il controllo di Generali dal momento che Unicredit già possiede il 9% del capitale mentre Intesa potrebbe presto diventare il primo azionista della compagnia conquistando il 13,2% che è custodito dentro Mps-Mediobanca. Un tentativo in questa direzione Orcel l'ha già fatto offrendo a Delfin azioni Unicredit in cambio del 10% di Generali presente nel portafoglio della holding della famiglia Del Vecchio. Ma il tentativo non è andato a buon fine. Potrebbe riprovarci oppure cercare di trovare un accordo con il ceo di Intesa, Carlo Messina, per una spartizione equa del business di Generali. Ma sono tutte opzioni sul tavolo e solo nelle prossime settimane si saprà se Orcel giocherà ancora una carta italiana. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Affari & Finanza

Controllate e partecipate

Circo Massimo

Il prezzo su Mps è giusto? Il "comandante" Lovaglio pronto all'ultima battaglia

Massimo Giannini



Mettendo a tacere i cacadubbi e raffreddando i bollori di tutti gli scalatori. Da quando Intesa-Sanpaolo ha annunciato la sua offerta monstre da 30,6 miliardi su Mps-Mediobanca non si muove più una paglia. È evidente che l'operazione è stata ben pensata. La quota in contanti da 3 miliardi per ora placa le ansie di chi guarda sempre con sospetto ai soliti deal "carta contro carta". La mossa della prima banca del Paese rassicura Palazzo Chigi e la destra arraffona, che reclama un posto a qualunque tavola. La discesa in campo di Unipol a fianco di Ca de' Sass rilancia la sinistra arruffona, ancora traumatizzata dalle telefonate di Fassino e dall'estate dei furbetti del quartierino. Caltagirone e Milleri alla fine troveranno il modo di mettere in cassa un altro bel gruzzolo di milioni. Nagel e i bankers di Piazzetta Cuccia troveranno una loro rivincita nel ripescaggio del brand Mediobanca. Tutto è bene quel che finisce bene? Così è, se vi pare. Eppure, dietro la calma apparente, qualcosa continua a muoversi. Intanto, gli analisti cominciano a fare qualche conto, e non tutti sono così confidenti sulla validità dell'Opas. Deutsche Bank considera la transazione appesantita da sinergie "significative" ma fin troppo "aggressive". Intermonte giudica l'accordo solido dal punto di vista industriale e finanziario per gli stakeholder di Intesa-Sanpaolo, ma insoddisfacente per Montepaschi perché non ne riflette il fair value. Giudizi analoghi arrivano da Keefe, Bruyette & Woods e Bnp Paribas. La questione fondamentale è se gli azionisti di Rocca Salimbeni siano adeguatamente remunerati per il valore corrente della banca, per il potenziale derivante dal piano Mps-Mediobanca e per il premio di controllo associato al break-up dell'istituto. Messina, intanto, prepara l'assemblea degli azionisti del 10 settembre, chiamata ad approvare l'aumento di capitale al servizio dell'Opas. Formalmente, il più importante "banchiere di sistema" del Paese ha escluso l'ipotesi di ritocchi al rialzo dell'offerta, e visto che per ora non c'è stata alcuna vera levata di scudi, è probabile che non abbia cambiato idea. Ma di qui all'autunno nulla si può escludere. Nella grande bonaccia calviniana c'è ancora una variabile "corsara" da non sottovalutare. Che farà Luigi Lovaglio? È possibile che il ceo di Montepaschi si ritiri così, senza colpo ferire? Proprio lui, il "grande comandante", come lo chiamava al telefono Caltagirone, subito dopo la trionfale scalata a Mediobanca? Il manager che, dopo aver subito lo smacco dei "concertisti", gli ha reso clamorosamente la pariglia solo poche settimane dopo, ribaltando prima l'assemblea e poi il cda di Siena? Per adesso il banchiere lucano non apre bocca. Ma chi in questi giorni gli ha parlato lo descrive più indomito che mai. Non gli va giù il trattamento riservato al Monte, forse la banca tricolore che ha un radicamento sui territori non paragonabile a quella di tutte le altre. A Rocca Salimbeni, assistita da advisor del calibro di Ubs e Bank of America, si lavora per adesso su due tavoli distinti. L'offerta di Intesa,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ovviamente, ma anche la proposta di aggregazione potenziale con Bpm, ancora teoricamente in piedi. Una prima valutazione sul doppio dossier potrebbe arrivare già nel corso del consiglio d'amministrazione, in agenda per giovedì prossimo 16 luglio. In ogni caso, pare che Lovaglio stia meditando contromosse. La sua regola aurea, a quanto pare, l'ha affinata nelle tante battaglie combattute in Romania e poi in Polonia: «Quando sei all'angolo, non ti arrendere mai, cambia schema di gioco». C'è chi sostiene che in realtà l'operazione di Messina è stata ideata nell'ufficio del governatore della Banca d'Italia, Fabio Panetta, e che il vero obiettivo del piano, ancora una volta, sono le Generali. La quota del 13,3% del Leone di Trieste nella pancia di Mediobanca sarebbe il vero tesoro da mettere in cassaforte, insieme al 3,1 già posseduto da Intesa. A dispetto delle dichiarazioni ufficiali dell'ad di Ca de' Sass, che subito dopo il lancio dell'Opas aveva giurato: «La quota in Generali è per noi una quota meramente azionaria, e non abbiamo alcuna intenzione di mettere becco nella governance della compagnia». Vero o falso? Come dicevano i sudditi di Sua Maestà, The proof of the pudding is in the eating. Ma sta di fatto che Lovaglio quel budino non lo vuole mangiare. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Economia del Corriere della Sera

Controllate e partecipate

LE GRANDI MANOVRE ALLO SPORTELLO

Non solo Commerz il dossier Fineco per Unicredit

L'operazione in Germania si annuncia lunga e per la banca di Andrea Orcel resta il tema di un rafforzamento in Italia. Negli anni ci sono state le offerte su Bpm e l'analisi approfondita su Banca Generali Ora tocca all'istituto guidato al successo da Alessandro Foti che sette anni fa era nel gruppo milanese

STEFANO RIGHI


LE GRANDI MANOVRE ALLO SPORTELLO

BACK TO THE FUTURE III

NON SOLO COMMERZ

IL DOSSIERE FINECO PER UNICREDIT

Venerdì 5 giugno Carlo Messina, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo, ha telefonato al suo omologo in Unicredit Andrea Orcel. Caro Andrea, ha detto in buona sostanza Messina, ti informo che stiamo per lanciare una offerta pubblica di acquisto e scambio sulla totalità delle azioni del Monte dei Paschi di Siena. Fu una telefonata informale, di rispetto per il maggiore concorrente italiano e di cortesia. Anche di trasparenza. L'operazione sarebbe stata comunicata al mercato solo due giorni dopo. Per Orcel, nonostante i toni e la cordialità di Messina, fu un colpo basso. Unicredit infatti si vedeva svanire all'improvviso un'altra possibile banca target sul territorio italiano.

Era già successo con la Popolare di Sondrio, finita nel 2025 nel perimetro di Bper grazie all'intuizione del presidente di Unipol, Carlo Cimbri, consigliere di amministrazione della società che edita questo giornale.

Orcel era ed è impegnato nella conquista della tedesca Commerzbank, in quella che è la prima operazione transfrontaliera di rilevanti dimensioni negli ultimi vent'anni in Europa.

Anche allora fu Unicredit, con la bavarese Hvb come target. Oggi l'obiettivo è la banca di Francoforte, un gruppo che vale 40 miliardi in Borsa e che farebbe di Unicredit uno dei pochissimi riferimenti europei presenti in maniera significativa in due delle tre maggiori economie del Vecchio continente. Un'operazione di grande rilievo, che venerdì 3 luglio si è conclusa nella sua prima parte con Unicredit al 49,65 per cento del capitale di Commerzbank.

La quota in portafoglio a Orcel è importante visto che, con una partecipazione media alle assemblee di Commerzbank attorno al 73 per cento, già oggi permetterebbe a Unicredit di controllare quasi il 75 per cento dei voti, quota che darebbe mano libera per ogni operazione. Ma a fronte dei grandi successi esteri, che andranno celebrati dopo l'arrivo delle autorizzazioni, quindi perlomeno a fine anno, Orcel è costantemente spinto dal desiderio di realizzare una acquisizione italiana. Va infatti ricordato che nel 2021 venne chiamato alla guida di Unicredit con il preciso mandato di crescere sul mercato domestico. Intento che non si è ancora realizzato, nonostante l'impegno su Monte dei Paschi di Siena (2021) e su Banco Bpm (2025). Così, ora che l'offerta pubblica di scambio su Commerzbank sta andando a definirsi Orcel può tornare a guardare l'Italia. Il margine di capitale lo permette: su un limite Bce del 10,2 il Cet1 ratio di Unicredit post Commerzbank è del 12,5. Ma non può più, almeno per ora, guardare verso

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Siena come stava facendo e a quel punto le opzioni sono circoscritte. Sul tavolo di Unicredit sembrano esserci solo tre alternative possibili: Banca Generali, indicata da numerosi rumors di mercato, il Banco Bpm e Fineco Bank.

Quest'ultima è la più intrigante e rappresenterebbe per Orcel, a metà strada tra Doc e Marty McFly, un Ritorno al futuro. È chiaro, evidenziano dalla sede di Unicredit, che ogni possibile iniziativa appare prematura, visto l'impegno richiesto dall'operazione Commerzbank, ma Orcel già lo scorso anno avviò contemporaneamente due offerte sul mercato e potrebbe rifarlo ora. Anche perché il tempo stringe e le alternative sono sempre meno numerose. Vediamole.

Direzioni Banca Generali è fuggita un anno fa all'abbraccio di Mediobanca e ora rappresenta un punto di sviluppo del gruppo assicurativo. I vertici della banca riportano direttamente al direttore generale del gruppo, Giulio Terzariol, che dopo aver promosso la collaborazione interna con Alleanza ora sta evidenziando il ruolo della banca come fabbrica prodotti per l'universo del Leone (vedi a pagina 19). Generali controlla il 51 per cento della banca, il resto è sul mercato. Nel capitale della compagnia assicurativa c'è anche Unicredit, con l'8,8 del capitale che, ai prezzi di Borsa, vale circa 5,7 miliardi di euro. L'intera Banca Generali capitalizza 7,6 miliardi. La quota di Generali, compreso il premio di maggioranza, vale meno e questo autorizza ipotesi di scambio e tutto il can-can che si sussurra sul mercato. Orcel però guarda anche alla redditività. Nel 2025 Unicredit ha incassato dalle sole partecipazioni in Commerzbank e in Alpha Bank circa 900 milioni di euro di dividendi. Generali è un buon pagatore di cedole (nel 2026 Unicredit ha incassato 218 milioni) e in più lasciare Trieste quando sta per arrivare Intesa potrebbe essere tatticamente azzardato. Il Banco Bpm è poi un vecchio sogno, ma con il Crédit Agricole al 30 per cento e l'opzione golden power esercitata dal governo un anno fa è difficile procedere.Resta quindi Fineco Bank. Nel 2019 Jean Pierre Mustier, allora ceo di Unicredit, vendette il 35,1 per cento di Fineco in cambio di 2,1 miliardi. La banca era in difficoltà, ma Fineco anche allora era un gioiello. Quella quota, oggi, varrebbe più di 4,8 miliardi, visto che Fineco capitalizza in Borsa poco meno di 14 miliardi di euro ed è una vera e propria public company, senza cioè un azionista di riferimento, se non la visionaria razionalità di Alessandro Foti, che guida il gruppo con lungimiranza dal 2000. Sarebbe un ritorno a casa che a Unicredit permetterebbe, nel settore del risparmio gestito, l'allontanamento da Amundi del gruppo Crédit Agricole, a cui retrocede importanti commissioni e uno sviluppo della propria piattaforma Onemarkets. Industrialmente un mosaico perfetto, anche se in molti evidenziano che il sistema operativo di Fineco, sviluppato internamente, non è integrabile con altri. Ma a questo c'è tempo per pensare. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Coop e Cooperazione

GRANDE DISTRIBUZIONE

COOP ITALIA SIAMO PRONTI PER FARE SHOPPING

Il nuovo presidente Brisigotti: «Il calo dei consumi porterà a un processo di concentrazione. Ci sono troppi player, molti venderanno. E noi valuteremo le occasioni». Nel 2025 il giro d'affari delle cooperative ha raggiunto i 17 miliardi

ISIDORO TROVATO


COOP ITALIA
SIAMO PRONTI
PER FARE SHOPPING

Il nuovo presidente Brisigotti: «Il calo dei consumi porterà a un processo di concentrazione. Ci sono troppi player, molti venderanno. E noi valuteremo le occasioni». Nel 2025 il giro d'affari delle cooperative ha raggiunto i 17 miliardi

ISIDORO TROVATO

InSummit
Triathlon thinking per il CXO

Il format
Workshop
Interviste
Networking

22-23 ottobre 2026

Parte una stagione di cambiamenti per Coop Italia. La prima (e più evidente) è la nomina di Domenico Brisigotti a presidente subentrando a Maura Latini.

Rinnovato anche il consiglio di amministrazione. Al via quindi una nuova stagione che punta al rafforzamento di Coop in uno scenario competitivo in grande e veloce cambiamento e in un contesto storico molto complesso in cui i consumi calano e i margini del business si riducono.

«Siamo alla vigilia di grandi trasformazioni nel settore della distribuzione italiana - sostiene il neo presidente Brisigotti - il nostro sistema è estremamente frammentato, basti pensare che i più grandi operatori italiani della distribuzione non raggiungono il 20% del mercato.

Questo assetto è destinato a cambiare, può accadere in sei mesi o in un anno ma certamente ci saranno molti gruppi che venderanno. Il nostro business in questa fase richiede grandi investimenti nel campo del digitale e dell'intelligenza artificiale a fronte di margini molto scarsi. Ci sarà un indispensabile bisogno di economie di scala e di un volume di store sempre più vasto e diffuso su tutto il territorio nazionale. Si apriranno possibilità di acquisizioni sul mercato e Coop è pronta ad affrontare queste nuove sfide».

I risultati I numeri dicono che nel 2025 il giro d'affari complessivo raggiunge i 17 miliardi di euro; oltre 15,1 miliardi sono sviluppati solo dalla parte retail; complessivamente la rete, forte di 2.237 punti vendita, copre 18 regioni. Confermato il dato occupazionale (58 mila dipendenti con una presenza di occupazione femminile pari a oltre il 71% con quasi il 46% di donne in ruoli direttivi) e la numerica della base sociale; 6,2 milioni di soci aderiscono a 67 cooperative di consumatori. Tra le voci positive spiccano le performance di Coop Voce, la telefonia a marchio Coop, che continua a incontrare il favore di soci e consumatori superando nel 2025 i 2,3 milioni di utenti (+3,4% vs 2024) e sviluppando un giro d'affari pari a circa 161 milioni di euro (+ 2,6% rispetto al 2024). La quota di mercato di Coop si attesta nel 2025 al 10,9% con una variazione di -0,1% rispetto all'anno precedente: Coop è posizionata tra le prime tre insegne della grande distribuzione italiana. Nel corso del 2025 si è consolidata anche l'offerta del prodotto a marchio Coop che negli anni scorsi è stata la risposta al calo di potere d'acquisto delle famiglie italiane. L'incidenza della private label sul totale delle vendite ha superato il 40% a volume e a fine 2025 il fatturato generato dal prodotto a marchio Coop ha superato i 3,5 miliardi di euro. «Nel mondo della grande

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

distribuzione - spiega Brisigotti - tutto si può emulare tranne la qualità del marchio privato. Chi riesce a trovare la più alta intersezione tra qualità e prezzo viene premiato dal mercato. Oggi la competitività però è legata a tanti fattori: rimaniamo in una fase molto complessa in cui i volumi di consumo rimangono per tutti sul segno meno.

Del resto sono molteplici i fattori che hanno determinato questo scenario: il tratto demografico ci dice che diventiamo un Paese sempre più vecchio e gli anziani consumano meno dei giovani. Inoltre i redditi rimangono bassi e limano costantemente il potere d'acquisto. Non possiamo nemmeno appellarci all'inflazione come fattore penalizzante per i consumi perché quest'anno è stata marginale, per fortuna le guerre in corso in Ucraina e in Medioriente (in controtendenza rispetto al passato) non hanno portato particolari aumenti nei prodotti di largo consumo».

Le nuove regole L'evoluzione di un mercato in cui il potere d'acquisto si assottiglia cambia la scala delle priorità dei consumatori e le strategie della grande distribuzione. Il futuro sarà ancora caratterizzato dalla battaglia sul prezzo? «Indubbiamente il prezzo è un fattore non irrilevante in una fase complessa come quella attuale - ammettete il presidente di Coop - inutile nascondere che in quest'ultimo triennio tutti i player della Gdo hanno incrementato le campagne promozionali e senza questo strumento la flessione dei volumi sarebbe stata ben più importante». Il futuro però ci prospetta nuove generazioni di consumatori più attenti a fattori ambientali, sostenibili con un impatto meno dannoso sull'ambiente. «Le nuove generazioni sono lontane da motivi ideologici o politicizzazioni però hanno dei criteri di consumo e sono molto sensibili a certi temi. Da questo punto di vista Coop è avvantaggiata perché valori come la biodiversità, la produzione etica della filiera, l'impatto ambientale, la limitazione delle emissioni sono tutti concetti che stanno dentro la nostra storia da sempre. Noi dobbiamo portare al centro della nostra proposta la peculiarità e la diversità di Coop che è fatta di qualità, sicurezza, etica. Questo è l'obiettivo primario che ho messo in agenda: dobbiamo essere più compatti e colmare le distanze tra i territori. Le sfide si vincono se si rimane coerenti tra ciò ch e si dice e ciò che si fa e per riuscirci bisogna remare tutti nella stessa direzione. Per rispondere al meglio alle difficoltà di un momento caratterizzato da una forte discontinuità occorrerà cambiare le regole del gioco. Coop Italia dovrà in questo senso non subire il cambiamento ma gestirlo e governarlo al meglio». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere dell'Umbria

Coop e Cooperazione

Domani alle 21.15 al Teatro comunale Mario Spina di Castiglion Fiorentino lo spettacolo L'Attrice ambientato nel periodo delle invasioni napoleoniche

Cristiana Capotondi apr il Festival delle Musiche

SARA POLVANI


ALBUM d'estate 33

Domani alle 21.15 al Teatro comunale Mario Spina di Castiglion Fiorentino lo spettacolo L'Attrice ambientato nel periodo delle invasioni napoleoniche

Cristiana Capotondi apre il Festival delle Musiche

Per due settimane Monte San Savino diventa una città da ascoltare

Sarà Cristiana Capotondi ad inaugurare la 32esima edizione del Festival delle Musiche.

Domani, martedì 14 luglio, alle 21.15, il Teatro comunale Mario Spina di Castiglion Fiorentino ospiterà "L'Attrice. Spettacolo in un prologo e 8 quadri", il nuovo lavoro scritto e diretto da Giacomo Battiato che porterà in Valdichiana una delle interpreti più apprezzate del cinema e del teatro italiano.

L'appuntamento rappresenta uno degli eventi di maggior rilievo dell'edizione 2026 del festival a cura di Officine della Cultura e conferma la vocazione della manifestazione a intrecciare musica, teatro e arti performative.

Quella di Castiglion Fiorentino sarà inoltre l'unica tappa toscana dell'estate dello spettacolo, offrendo al pubblico un'occasione esclusiva per assistere a una produzione di rilievo nazionale.

Accanto a Cristiana Capotondi saranno in scena Marco Quaglia e Anna Zaneva. Lo spettacolo, basato su eventi storici degli anni in cui l'Italia si libera e si unisce, e su personaggi realmente esistiti, racconta la straordinaria vicenda di Angelica Pavan, figlia di guitti nata in una stalla veneta durante le invasioni napoleoniche e destinata a diventare una diva acclamata.

Attraverso un prologo e otto quadri si illuminano i frammenti della sua esistenza in un vorticoso intreccio tra commedia e tragedia, passioni e sofferenze, dove realtà e palcoscenico finiscono per confondersi.

"Angelica è una donna fatta in teatro e per il teatro e la sua vita - e dunque lo spettacolo - sono un omaggio al teatro, dalla Commedia dell'Arte a Shakespeare, dal sublime al volgare - spiega il regista e autore Giacomo Battiato - Nella sua rocambolesca esistenza ci restituisce anche la storia degli anni che hanno fatto il nostro Paese come se fossero davanti a noi, non dietro. La storia non passa: se non la si guarda, si ripete in peggio".

"L'Attrice" è interpretato da Cristiana Capotondi, con Marco Quaglia e Anna Zaneva, scritto e diretto da Giacomo Battiato.

Le scene sono firmate da Pierpaolo Bisleri, i costumi da Mirjana Panovski, il disegno luci da Giuseppe Filipponio, le scenografie multimediali da Leandro Summo.

I costumi sono realizzati dalla Sartoria Sinchrart, con musiche di Alfred Schnittke e assistenza alla regia di Nicole Sherwood.

Lo spettacolo è una produzione di Pierfrancesco Pisani e Isabella Borettini per Infinito e Argot Produzioni, in coproduzione con ArtistiAssociati Centro di Produzione Teatrale.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere dell'Umbria

Coop e Cooperazione

Il Festival delle Musiche è un progetto di Officine della Cultura nell'ambito del Colline Etrusche Festival in collaborazione con Accademia d'Arti Antiche Resonars, Associazione Ritmi e Associazione Jazz On The Corner. Realizzato con il contributo della Regione Toscana e dei Comuni di Castiglion Fiorentino, Civitella in Val di Chiana, Foiano della Chiana, Lucignano, Marciano della Chiana e Monte San Savino. Con il sostegno di Unicoop Firenze e Studio Dentistico Associato Turchetti, Volpi, Favi. Ulteriori informazioni: www.festivaldellemusiche.it - www.officinedellacultura.org.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Tirreno (ed. Firenze-Prato-Pistoia-Montecatini)

Coop e Cooperazione

Firenze "Liberamente" nella cavea del Maggio


ESTATE

Sorravalle
Sul palco della Rocca Nuova ci sono anche gli Small Jackets

Pistoia
L'eccidio nazifascista di Vinca in un doc al parco di Montecuiveto

Il grande jazz a Pescia
Jason Palmer da Poma con Lorenzo Simoni

HAI UN OROLOGIO A PENDOLO DA RIPARARE?
SERVIZIO A DOMICILIO
in tutta la Toscana
Riparazione e restauro
orologi a pendolo e a colonna
Chiama subito +39 328 91 34 238
OROLOGIAIO

Dopo lo straordinario successo dello scorso anno, il 13 e il 25 luglio la Cavea del Teatro del Maggio di Firenze torna ad aprirsi alla parola ospitando "Liberamente" Scuola popolare di scrittura sotto le stelle, l'iniziativa ideata e condotta da Stefano Massini con gli artisti dell'Accademia del Maggio Musicale Fiorentino. Un progetto del Teatro della Toscana, realizzato in collaborazione con la Fondazione Teatro del Maggio e l'Accademia, con il contributo del Ministero della Cultura e il sostegno di Unicoop Firenze. Se il filo conduttore del 2025 era "la rabbia", il tema centrale di questa edizione sarà "la felicità". Attraverso domande e riflessioni proposte dal tocco ironico, pop ed emozionante di Massini, la Cavea si trasformerà in un laboratorio a cielo aperto in cui il pubblico diventerà parte attiva, scrivendo e condividendo pensieri che andranno a comporre un grande "copione" collettivo. Un'opportunità preziosa di vivere la cultura in modo partecipativo e senza barriere, consolidando la sinergia tra le più importanti istituzioni della città.

A testimonianza della duttilità dell'Orchestra del Maggio, il cartellone estivo propone il 16 luglio un attesissimo appuntamento all'insegna del grande jazz. Insieme ai professori d'orchestra salirà sul palco della Cavea Paolo Fresu con il suo celebre Devil Quartet (Bebo Ferra alla chitarra, Paolino Dalla Porta al contrabbasso e Stefano Bagnoli alla batteria) , sotto la direzione e con la scrittura musicale di Paolo Silvestri. L'estate in Cavea vedrà di nuovo il 23 luglio, il Coro e l'Orchestra del Maggio, uniti per celebrare il mito del cinema italiano e internazionale.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere dell'Umbria

Concorrenza GDO

Domani in Prima commissione e mercoledì in consiglio l'atto urbanistico per il progetto

Rivoluzione in via del Centenario: due nuove rotonde e supermercato

SIMONE FRANCIOLI


Domani in Prima commissione e mercoledì in consiglio l'atto urbanistico per il progetto
Rivoluzione in via del Centenario: due nuove rotonde e supermercato

edificio commerciale e altre due rotatorie lungo via del Centenario, nell'area nord della città. C'è questo progetto - attivo già da anni - dietro l'atto urbanistico che la Prima commissione e il consiglio comunale sono pronti a discutere questa settimana: a Terni, salvo sorprese o stop alla procedura tecnica, è in arrivo un nuovo supermercato con tanto di modifica della viabilità in uno dei principali collegamenti in periferia.

Da domani è previsto l'avvio del confronto rispetto ad un adeguamento alle disposizioni già sancite con una delibera del 14 settembre 2017, nonché sulla precisazione di destinazione d'uso finalizzato alla presentazione del titolo abilitativo su un'area da 9.100 m® tra via Furbini e via dei Gonzaga. Come richiesto il 19 agosto 2025 dal soggetto privato coinvolto, la Cosm srl (la stessa che si attivò a suo tempo per il nuovo I Un nuovo Lidl in via Romagna). In sostanza, se tutto dovesse filare liscio, sarà sviluppata una struttura con superficie di vendita alimentare e non da 1.251 m® con parcheggi, servizi accessori e zone verdi. Per farlo l'iter prevede l'ampliamento della porzione d'area destinata ad attrezzature (g2), che passerà dagli originali 3.570 m® a 7.300 m®, mentre quella per il verde pubblico (gv) scenderà da 5.530 m® a 1.800 m®.

Dunque ci sarà meno zona verde. Sarà compensata con due operazioni: una rotonda all'intersezione tra via del Centenario e via dei Gonzaga/via La Macerta "quale intervento di miglioramento della viabilità esistente" ed un collegamento ciclopedonale "tra l'insediamento commerciale e la pista ciclabile Rivo-Bramante, finalizzato a garantire la piena funzionalità dei parcheggi pubblici previsti quali dotazioni territoriali funzionali; agevolando l'accessibilità all'insediamento commerciale da parte dell'utenza debole". A ciò si aggiunge la realizzazione di una rotatoria ad hoc per l'ingresso nel nuovo supermercato. Ora tocca ai consiglieri comunali che, mercoledì, tra i punti all'ordine del giorno avranno anche l'approvazione della scheda prescrittiva specifica per l'intervento e la specifica della destinazione d'uso per 'esercizi commerciali'. Non cambia la superficie utile coperta massima, quantificata in 2.040 m®.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Fruit

Concorrenza GDO

Cia Conad, il carrello cresce piano e il prezzo resta decisivo


Italia Fruit

Cia Conad, il carrello cresce piano e il prezzo resta decisivo

07/13/2026 05:41

Panzavolta: "Le famiglie comprano più spesso, ma con scontrini più bassi" Consumi ancora deboli e crescita senza accelerazioni nel primo semestre 2026. È il quadro tracciato da Luca Panzavolta, amministratore delegato di Cia Conad, in un'intervista a settesere.it. Dopo un 2025 chiuso con un incremento superiore al 3%, il gruppo punta per quest'anno a una crescita sostenibile, in un mercato frenato dall'incertezza economica e dal potere d'acquisto delle famiglie ancora sotto pressione. Secondo Panzavolta, nei primi sei mesi del 2026 i consumi registrano una crescita dell' 1,84%, in sostanziale continuità con il 2025. Il comportamento dei clienti conferma la prudenza: aumenta la frequenza di visita nei punti vendita, ma si riduce il valore medio dello scontrino. Le famiglie comprano più spesso, ma in modo più mirato, privilegiando prodotti a prezzo contenuto e il miglior rapporto qualità-prezzo. In questo scenario, Cia Conad punta a rafforzare il ruolo del prodotto a marchio, con l'obiettivo di superare il 42% di quota nelle vendite. Per il gruppo, la Mdd resta uno degli strumenti principali per rispondere alla richiesta di qualità e convenienza continuativa. Sul fronte investimenti, il 2026 vedrà l'apertura di due nuovi punti vendita a Milano, uno in provincia di Padova, uno a Treviso, un distributore di carburante a San Vito al Tagliamento e un nuovo bar Con Sapore a Viserba di Rimini. Prosegue inoltre il piano di rinnovamento della rete esistente, che dovrebbe essere completato in larga parte nei prossimi due anni. Tra i progetti strategici indicati da Panzavolta ci sono l'area ex Fiera di Trieste e l'ex Cmc in Darsena a Ravenna. Per quest'ultima, le bonifiche dovrebbero chiudersi entro l'estate, con avvio lavori in autunno e completamento previsto nel 2028, quando è attesa l'apertura del nuovo centro commerciale. (fp).

Panzavolta: "Le famiglie comprano più spesso, ma con scontrini più bassi" Consumi ancora deboli e crescita senza accelerazioni nel primo semestre 2026. È il quadro tracciato da Luca Panzavolta, amministratore delegato di Cia Conad, in un'intervista a settesere.it. Dopo un 2025 chiuso con un incremento superiore al 3%, il gruppo punta per quest'anno a una crescita sostenibile, in un mercato frenato dall'incertezza economica e dal potere d'acquisto delle famiglie ancora sotto pressione. Secondo Panzavolta, nei primi sei mesi del 2026 i consumi registrano una crescita dell' 1,84%, in sostanziale continuità con il 2025. Il comportamento dei clienti conferma la prudenza: aumenta la frequenza di visita nei punti vendita, ma si riduce il valore medio dello scontrino. Le famiglie comprano più spesso, ma in modo più mirato, privilegiando prodotti a prezzo contenuto e il miglior rapporto qualità-prezzo. In questo scenario, Cia Conad punta a rafforzare il ruolo del prodotto a marchio, con l'obiettivo di superare il 42% di quota nelle vendite. Per il gruppo, la Mdd resta uno degli strumenti principali per rispondere alla richiesta di qualità e convenienza continuativa. Sul fronte investimenti, il 2026 vedrà l'apertura di due nuovi punti vendita a Milano, uno in provincia di Padova, uno a Treviso, un distributore di carburante a San Vito al Tagliamento e un nuovo bar Con Sapore a Viserba di Rimini. Prosegue inoltre il piano di rinnovamento della rete esistente, che dovrebbe essere completato in larga parte nei prossimi due anni. Tra i progetti strategici indicati da Panzavolta ci sono l'area ex Fiera di Trieste e l'ex Cmc in Darsena a Ravenna. Per quest'ultima, le bonifiche dovrebbero chiudersi entro l'estate, con avvio lavori in autunno e completamento previsto nel 2028, quando è attesa l'apertura del nuovo centro commerciale. (fp).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Giornale di Sicilia

Concorrenza GDO

Famila festeggia la patrona con artisti e narrazioni


La luce di vicolo Brugnò si riaccende grazie a Rosalia

Famila festeggia la patrona con artisti e narrazioni

famila'n FEST

LUNEDÌ 13 LUGLIO

PIAZZA MARINA

PROGRAMMA

Un format ideato per celebrare il legame tra Famila e i territori in cui è presente. Anche quest'anno, in occasione del Festino, il marchio della grande distribuzione utilizzato da diversi gruppi commerciali indipendenti che gestiscono supermercati, organizza l'evento Famila N Fest. L'appuntamento è fissato per oggi, in occasione del primo anniversario del punto vendita Famila di piazza Marina.

L'evento vedrà la partecipazione degli artisti del Circ'Opificio, che animeranno la giornata con performance dedicate a grandi e bambini.

Le tradizioni e i racconti legati alla Santuzza saranno affidati alla narrazione dell'attrice e regista Patrizia D'Antona, mentre la colonna sonora della giornata sarà curata dal trio guidato da Alessandra Ponente. Previste anche degustazioni di cibo e bevande.

«Il format Famila N Fest nasce da un principio che rappresenta uno dei valori fondanti della nostra attività: la vicinanza alle comunità locali - afferma Costanza Antioco, responsabile del marketing di Famila -. Attraverso queste iniziative scegliamo di festeggiare insieme alle città in cui siamo presenti i momenti più importanti della vita delle comunità, valorizzandone gli aspetti culturali, storici e identitari e creando occasioni di incontro e partecipazione aperte a tutti». Angelo Agliata, amministratore delegato di Gruppo Romano, aggiunge: «L'appartenenza al Gruppo Selex ci consente di operare attraverso un'insegna di rilevanza nazionale come Famila, mantenendo al contempo una forte autonomia e una profonda attenzione alle specificità territoriali. In quanto realtà imprenditoriale siciliana, continuiamo a promuovere e valorizzare la cultura e l'identità della nostra regione all'interno dei nostri punti vendita». (*ACAN*) © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Modena

Concorrenza GDO

A Serra un nuovo defibrillatore in piazza grazie a Conad e Avap

Posizionato davanti al municipio è il nono sul territorio dal 2018, finanziato con l'iniziativa "Sosteniamo le passioni"
«Bell'esempio di collaborazione per il bene della comunità»


Appennino Un ticket avvicina le comunità
È la grande novità dell'estate: i turisti possono utilizzare più impianti di risalita
A Serra un nuovo defibrillatore in piazza grazie a Conad e Avap


A Ponte del diavolo
Una tradizione che si rinnova
Palio, è stato un ritorno da record
Montese ritrova la sua festa
Piazza Nuova vince la grande sfida

Prende sempre più corpo il progetto di cardioprotezione a Serramazzoni, a beneficio dei cittadini e dei turisti. Sabato mattina è stato inaugurato un nuovo defibrillatore, il nono pubblico sul territorio, installato davanti al municipio in piazza Tasso.

È frutto dell'iniziativa Conad "Sosteniamo le passioni", a cui il supermercato di Serra, gestito da Enzo Pieroni assieme al nipote Luca Muzzarelli, continua ad aderire con convinzione. Ha così destinato per il terzo anno consecutivo il ricavato all'Avap di Serra, che l'ha impiegato sempre per un progetto di pubblica utilità, dopo aver destinato negli anni scorsi l'importo all'acquisto di un defibrillatore per la polizia Locale e di gilet per l'addestramento alle pratiche di disostruzione.

Ora questo nuovo apparecchio, al servizio dell'altra piazza di Serra (in piazza della Repubblica era stato istallato il primo nel 2018). «Abbiamo scelto questo luogo perché è tra quelli di maggior transito in paese - ha sottolineato il presidente Avap Nicola Canali - e ospita anche il mercato. Ringraziamo il Comune per la collaborazione che ha permesso di istallare l'apparecchio in tempi molto rapidi». La manutenzione è sempre in capo ad Avap (il responsabile è Francesco Greco), presente anche con il direttore tecnico, Enrico Tinazzo (suo figlio Riccardo di 9 anni ha tagliato il nastro).

«Ringraziamo i nostri clienti che ci permettono di portare avanti questa bella iniziativa - ha detto Enzo Pieroni di Conad - aderendovi così in tanti. Per noi è un piacere: vogliamo continuare così».

«Ringraziamo Conad e Avap per questa collaborazione importante» ha sottolineato il sindaco Simona Ferrari, che ha anche consegnato loro due targhe. «È bella questa idea di fare qualcosa per gli altri partendo da un gesto semplice come fare la spesa. Come amministrazione, crediamo molto nella solidarietà e nel lavoro di squadra». Presenti anche gli assessori Dallari, Mantovi, Toni e i consiglieri Preti e Sghedoni. «Questo non è solo un apparecchio medico, ma un moltiplicatore di speranza - ha rimarcato Greco - ma c'è bisogno anche di mani che sappiano usarlo. Più Dae istalliamo, più cittadini formati all'utilizzo abbiamo, più la nostra comunità sarà forte e unita. La sicurezza di ognuno, è il bene più grande che abbiamo». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere Adriatico

Concorrenza GDO

Alcolici a un minorenne, multata la cassiera

Il 17enne era con gli amici ha comprato birra e spritz e nessuno l'ha controllato


Senigallia

Raffiche a 80 all'ora sul litorale
Alberi giù: ferito uno scooterista

Alcolici a un minorenne, multata la cassiera

LA SANZIONE

LA SANZIONE SENIGALLIA Sanzionata la cassiera di un supermercato dalla Polizia locale. Nel tardo pomeriggio di sabato, infatti, una pattuglia impegnata nei servizi di controllo del territorio ha accertato la vendita di alcolici a un minore. Il ragazzo, 17 anni, in vacanza a Senigallia con alcuni amici, era riuscito ad acquistare diverse bottiglie di birra e uno spritz preconfezionato utilizzando le casse automatiche dove per far passare gli alcolici è necessaria la supervisione di un addetto alle vendite che, verificata l'età, permette al dispositivo elettronico di sbloccarsi e procedere. Gli agenti hanno accertato che non era stato effettuato alcun controllo sull'età dell'acquirente da parte del personale addetto alla supervisione delle postazioni self, come invece previsto dalla normativa vigente. Vendere o somministrare alcolici ai minori di anni 16 costituisce, invece, reato. In questo caso, avendo 17 anni, se l'è cavata con una multa. Al termine degli accertamenti, la Polizia locale ha contestato la violazione amministrativa all'addetta incaricata del controllo delle casse automatiche, che aveva autorizzato l'operazione ritenendo erroneamente il giovane maggiorenne, senza procedere alla verifica del documento di identità. Contestualmente, gli agenti hanno contattato i genitori del 17enne, residenti fuori regione, per informarli dell'accaduto e procedere al regolare affidamento del minore. Alla dipendente del supermercato è stata contestata la violazione della legge numero 125 del 2001, che prevede infatti una sanzione amministrativa pecuniaria da 250 a 1.000 euro per la vendita di bevande alcoliche a un minore di età compresa tra i 16 e i 18 anni. In caso di recidiva, è prevista una sanzione raddoppiata e la sospensione dell'attività. I controlli volti a tutelare la salute dei più giovani e a garantire il rispetto delle regole continueranno regolarmente, da parte della Polizia locale, per tutto il periodo estivo. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

Torna l'ansia da inflazione occhi su diesel e gas Lagarde va a Washington

La presidente della Bce vedrà l'omologo Warsh e il segretario al Tesoro Bessent. Il ruolo della Cina negli acquisti di greggio

FILIPPO SANTELLI


Torna l'ansia da inflazione occhi su diesel e gas Lagarde va a Washington

Urso "Se i carburanti risalgono aiuti mirati a imprese e famiglie"

R ischia di essere già finita la distensione tra Stati Uniti ed Iran. E rischia di essere cortissimo il sospiro di sollievo tirato dall'economia globale nelle scorse settimane, quando i prezzi delle materie prime parevano avviati verso una (lenta) normalizzazione. La nuova escalation in Medio Oriente torna ad azzerare il transito di petroliere e gasiere attraverso lo Stretto di Hormuz, dove nonostante le rassicurazioni di Trump il rischio di navigazione è risalito a severo e i premi assicurativi schizzati alle stelle. Lo scenario migliore, una crisi passeggera e dall'impatto limitato, appare di colpo molto più problematico; quello peggiore, uno shock inflattivo duraturo, di nuovo possibile. Oggi alla riapertura i mercati prenderanno atto della nuova distribuzione del rischio. Quanto sarà brusco l'aggiustamento? Dipende da varie cose. La prima sono gli sviluppi sul campo: la maggior parte degli analisti ritiene ancora che questi missili siano un tentativo dei litiganti di guadagnare potere negoziale, più che un ritorno al conflitto aperto. La seconda è la specificità dei vari mercati. Quello del petrolio per esempio era stato rapido a scendere dai 120 dollari del picco ai 70 dei valori pre-conflitto, incoraggiato da flussi di export dal Golfo già tornati a un buon 80% e raffreddato da una domanda globale debole. Ma solo se un qualche tipo di tregua reggesse, scrive in una nota Capital Economics, il barile potrebbe chiudere l'anno su questi livelli, non certo in caso di ulteriore escalation. E saranno comunque mesi ad alta volatilità, pieni di rischi al rialzo. A maggior ragione quindi potrebbero tornare ad infiammarsi i mercati più tirati. È il caso dei prodotti derivati come il diesel, visto che le raffinerie del Medio Oriente stentano a ripartire e quelle russe sono danneggiate dai colpi ucraini. O del gas naturale, risalito a quota 50 euro, visto che i Paesi europei devono ricostituire scorte mai così basse e che i pozzi del Qatar ci metteranno tempo per tornare a regime. Il mondo si scopre insomma ancora appeso al futuro status di Hormuz, lo stretto che il regime iraniano ha capito essere la sua grande arma negoziale e per cui una reale soluzione ancora non si vede. Ogni settimana in più di blocco prolunga nel tempo i rincari energetici, e minaccia così di cementare nelle imprese e nelle famiglie un'aspettativa di rialzo dell'inflazione. Questo costringerebbe le Banche centrali a una stretta monetaria più decisa, che rischierebbe di frenare l'economia - specie quella europea, già debole - anche nel 2027. Gli ultimi sviluppi hanno già modificato le attese dei mercati, che ora vedono un secondo rialzo dei tassi della Bce entro fine anno e ne ipotizzano due anche per la Fed americana. Oggi la presidente Lagarde sarà a Washington per incontrare l'omologo Warsh e il segretario al Tesoro Bessent, viaggio spuntato a sorpresa sul suo calendario. C'è poi un ultimo fattore, dice Matteo Villa, analista dell'Ispi: «Al crollo dei

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

prezzi del petrolio nell'ultimo mese ci ha pensato la Cina, che ha quasi dimezzato le sue importazioni. Ma non potrà e non vorrà farlo a lungo, perché sta attingendo alle scorte. Siamo in una fase di estrema incertezza, in cui ciò che decide Pechino conta quasi più della situazione di Hormuz». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa

Economia, consumi e società

Guida alpina, 43 anni, l'inizio per gioco: ora punta alle 300 bottiglie l'anno

Valle d'Aosta come il mare La scommessa di Rudy l'olio nasce dai ghiacciai

MAX CASSANI


Valle d'Aosta come il mare
La scommessa di Rudy
l'olio nasce dai ghiacciai

MAX CASSANI C'era una sola regione italiana in cui non si produceva olio d'oliva.

La Valle d'Aosta. Da tre anni non è più così. Ci ha pensato una guida alpina della Val d'Ayas, il 43enne Rudy Perronet. Di giorno sale sui ghiacciai, il pomeriggio scende tra i suoi ulivi sulla collina di Montjovet, in bassa valle tra Verrès e Châtillon. Un segno tangibile di come il cambiamento climatico stia trasformando territorio e mestieri, in quota ma anche in pianura.

In effetti, fa specie vedere un pezzo di macchia mediterranea in una regione da sempre associata a neve, torrenti, vini e formaggi che sanno di montagna. «Davanti alla vecchia baita dei miei nonni, nel villaggio Grand Hoel a Montjovet, c'era un ulivo ornamentale racconta Perronet . Era il posto dove la mia famiglia veniva a svernare perché il clima era più mite rispetto a Challand-Saint-Victor, dove abitavano in Val d'Ayas. Avevano l'orto e le viti sui terrazzamenti. È il posto della mia infanzia, dove sono cresciuto e a cui sono più affezionato».

Quella baita e quell'ulivo ci sono ancora: il leccino è il più grande e il più vecchio di tutta la frazione Gaspard di Grand Hoel, dove gli abitanti, sull'esempio degli avi di Rudy, hanno piantato ciascuno il proprio ulivo ornamentale nel loro bel giardino.

Anche gli impervi terrazzamenti a secco che erano della sua famiglia ci sono ancora.

Dieci anni fa Rudy ha iniziato a risistemarli. «Ho disboscato gli alberi che nel frattempo avevano popolato i terreni una volta adibiti alla vite. Ho ripulito tutto per bene, ho impiantato i tubi d'irrigazione al posto dei vecchi canali in pietra. Infine ho iniziato a impiantare le prime cultivar di varietà leccino e pendolino, le più resistenti al freddo. Sì, perché qui d'estate si toccano i 40 gradi ma d'inverno nevica, ed è bene che le piante sopportino le escursioni di temperatura».

Pian piano, negli anni, la coltivazione eroica dell'ulivo si è ingrandita. Prima dieci, poi cinquanta, poi cento alberi, tutti con esposizione sud-ovest e vista sulla vallata centrale e sul monte Zerbion, lassù in alto. Non solo: tra gli ulivi Perronet ha innestato anche qualche altra pianta mediterranea, a creare un giardino di mille colori e profumi: corbezzoli, mirto, cactus, agrumi, persino una mimosa.

Oggi l'azienda agricola Les Cents Oliviers di Perronet conta oltre duecento ulivi di diverse tipologie, e anche la superficie coltivata si è ampliata grazie alla concessione di alcuni terreni da parte della signora Renza, la vicina di casa.

«La particolarità è che l'uliveto è irrigato con le acque del ghiacciaio di Verra, sul Monte Rosa», spiega Perronet. Lo stesso ghiacciaio su cui di giorno Rudy accompagna i clienti come guida alpina.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

«Fondendosi, il ghiacciaio alimenta il torrente Evançon, da cui a sua volta pesca le sue acque il ru d'Arlaz, che bagna la collina di Montjovet».

Nulla si crea, nulla si distrugge, tutto si trasforma. È il grande ciclo della vita. I ghiacciai lentamente muoiono, soffocati dal riscaldamento globale. Ma a volte danno origine a nuove colture e opportunità, per chi sa coglierle. Da guida alpina, Perronet si è reso conto prima di altri che il clima stava mutando: «In alta quota il cambiamento negli ultimi dieci anni è stato profondo e rapidissimo alza le braccia . Ogni settimana si formano nuovi laghetti glaciali, cascate, avvallamenti. A causa del disgelo del permafrost, si verificano continuamente frane, smottamenti e cedimenti del terreno, che diventa sempre più instabile e pericoloso». Da qui l'idea di tentare l'ulivicoltura biologica sui terreni dei suoi nonni e bisnonni: «L'ulivo è una pianta che mi ha sempre affascinato, fin da quando da bambino i miei genitori mi portavano al mare a Finale Ligure. Ecco, si può dire che l'uliveto lo consideri un po' il mio mare, il mio rifugio spirituale a bassa quota». Tre anni fa ha debuttato la prima produzione commerciale dell'Huile des Glaciers, l'olio dei ghiacciai di Rudy Perronet. Un "blend neige" delle varie cultivar del suo uliveto. Una piccola produzione, che però è in crescita anno dopo anno. Per ora realizza una cinquantina di litri l'anno destinata alla vendita ai privati, ma nell'arco di dieci anni dovrebbe salire a 250-300 bottiglie. Nel frattempo Rudy è anche diventato "assaggiatore ministeriale", e del suo oro giallo dice che «in bocca è amaro e piccante, con una grande concentrazione di polifenoli. Al naso sa di erbe amare, carciofo, cardo ed erbe aromatiche». Insomma, un olio moderno, «concepito più come alimento che come semplice condimento», attualmente venduto al prezzo di 20 euro la bottiglietta da 250 ml. Recentemente ha ricevuto il gradimento di Paolo Griffa, lo chef stellato del Caffè Nazionale di Aosta che lo propone nel suo ristorante, e anche di Paolo Massobrio, che probabilmente l'anno prossimo inserirà l'Huile des Glaciers nel suo Golosario. Al di là dei riconoscimenti degli addetti ai lavori, il sogno di Rudy Perronet è però quello che un giorno il suo eroico extravergine di oliva riesca a fare breccia nella cucina valdostana, tradizionalmente troppo sbilanciata su burro d'alpeggio e fontina. «È vero che polenta concia e fonduta sono buonissime, ma vuoi mettere un carpaccio di cervo oppure la seupa à la valpelenentse con sopra un filo d'olio a crudo?». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

I brand aprono la nuova caccia a ciò che i clienti non dicono

Economia delle emozioni. L'intelligenza artificiale trasforma reazioni e coinvolgimento in dati misurabili Dalla pubblicità al retail, cresce l'uso di tecnologie avanzate per prevedere l'efficacia delle campagne

Giampaolo Colletti , Fabio Grattagliano


I brand aprono la nuova caccia a ciò che i clienti non dicono

Dalle evolute intelligenze artificiali dei giorni nostri alle pratiche quasi mistiche dell'antica Grecia. Attraversa più di venticinque secoli la nuova campagna per il mercato americano del colosso Mars, che per il suo nuovo spot in programmazione da questo mese ha deciso di ispirarsi all'antichissima pratica dei ventriloqui. La campagna si chiama Double Act ed è stata realizzata per Twix. Trasforma due pupazzi da ventriloquo in improbabili star di un musical.

L'idea creativa riprende il posizionamento storico del brand - due è meglio di uno - trasformando le due barrette di Twix in metafora di complicità. Uno spot costruito quasi interamente con effetti pratici, una narrazione surreale e un umorismo calibrato. Insomma, qui gli effetti speciali arrivano da performer abilissimi nella tecnica vocale capace di creare l'illusione che la voce provenga da un altro punto. E pensare che proprio Mars è tra le prime multinazionali ad aver investito nell'emotion AI per misurare e ottimizzare l'efficacia delle campagne pubblicitarie. L'azienda ha sviluppato uno dei più ampi studi con oltre 1.500 consumatori mappati in Francia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti che hanno guardato più di 200 spot pubblicitari mentre una webcam registrava le loro micro-espressioni facciali.

L'obiettivo era verificare se le emozioni suscitate dagli spot fossero in grado di prevederne l'efficacia commerciale. Il risultato è stato raccontato da Forbes: l'analisi delle emozioni si è dimostrata più accurata dei soli questionari nel prevedere le vendite a breve termine.

Emozioni da tradurre Leggere le emozioni per vendere meglio. Dopo clic, like e tempo di permanenza, la nuova frontiera della misurazione riguarda ciò che proviamo. Così cresce il mercato delle piattaforme che promettono di trasformare attenzione e coinvolgimento in dati misurabili grazie all'intelligenza artificiale che permette di decodificare stress e coinvolgimento attraverso micro-espressioni facciali, postura, movimenti oculari e segnali comportamentali. Il mercato globale oggi vale 3,4 miliardi di dollari con una proiezione di crescita fino a 20,8 miliardi entro il 2034 secondo la società indiana di ricerche di mercato Fortune Business Insights. L'algoritmo legge la parte più nascosta e preziosa, ossia quella legata alle emozioni, imparando a decifrare ciò che non diciamo. Dopo la stagione dei big data e degli algoritmi predittivi, il nuovo petrolio è il dato emozionale. Per comprendere cosa ci entusiasma, ci annoia, ci spaventa o ci coinvolge. Una prospettiva che apre opportunità enormi per brand, retailer e progettisti di esperienze, ma che pone anche interrogativi etici. «Finora il marketing misurava l'ombra, noi misuriamo l'oggetto: micro-espressioni, dilatazione della pupilla, postura, marcatori

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

fisiologici validati. Leggiamo il sistema nervoso, che non mente come un questionario. È così che superiamo il say-do gap e partiamo dalla biologia dell'emozione, non dai pixel», racconta Marco Baldocchi, Ceo di Emotivae, piattaforma di emotional AI e neuroscienze arrivata in Italia grazie alla società Thymos. «Ma la persuasione invisibile non nasce con l'emotion AI: il marketing persuade da sempre con colori, musica, layout.

La persuasione funziona ed è legittima quando è trasparente e rispetta la scelta. Il problema è la manipolazione occulta che aggira la consapevolezza. L'emotion AI è uno strumento che serve a comprendere gli stati emozionali dei consumatori e ottimizzarne le esperienze al fine di fidelizzarli», dice Baldocchi.

L'economia delle emozioni Dall'economia dell'attenzione si passa all'economia delle emozioni.

I brand più visionari stanno già entrando in questo nuovo campo da gioco. Coca-Cola ha integrato il facial coding nei test pubblicitari per affiancare i tradizionali questionari e comprendere quali scene sono capaci di generare coinvolgimento emotivo. Unilever utilizza da anni strumenti di eye tracking per ripensare packaging, disposizione dei prodotti e comunicazione nei punti vendita, osservando il percorso dello sguardo del consumatore davanti allo scaffale prima ancora della scelta d'acquisto. Anche il mondo dell'intrattenimento ha imboccato questa strada. Negli Stati Uniti Cbs ha sperimentato sistemi di analisi emozionale per valutare il coinvolgimento degli spettatori durante un drama televisivo, individuando i momenti di maggiore intensità emotiva e ottimizzando il posizionamento di promo e break pubblicitari.

L'utilizzo nel retail Nel retail fisico cresce l'interesse per scaffali intelligenti e display digitali capaci di misurare attenzione, tempo di permanenza e risposta comportamentale davanti ai prodotti. Così il retail accelera. Samsung utilizza AI e analytics per misurare flussi e tempi di permanenza davanti ai display digitali. Kroger, prima catena di supermercati degli Stati Uniti, sperimenta con Microsoft il progetto Edge, una rete di scaffali intelligenti che analizza il comportamento d'acquisto in tempo reale. Tesco, leader della grande distribuzione nel Regno Unito, testa sistemi di computer vision per misurare attenzione e interazione dei clienti con gli schermi pubblicitari in negozio, senza ricorrere al riconoscimento facciale. È la logica già affermata nell'e-commerce che entra nei negozi: se online ogni clic racconta qualcosa del cliente, oggi anche il punto vendita prova a leggere ciò che accade davanti allo scaffale. E il salto è evidente. «Ogni decisione umana nasce da un'emozione: smetteremo di illuderci che il consumatore sia razionale. Il vantaggio è sapere cosa pensa davvero il cliente senza le distorsioni dei focus group, dove la desiderabilità sociale falsa i voti», dice Baldocchi, per il quale il confine tra personalizzazione dell'esperienza e manipolazione dei comportamenti resta elevato. «Se manipolo, convinco a comprare una volta. L'acquisto forzato genera resa e abbandono. Ciò che scala è un'esperienza che risponde davvero allo stato delle persone. Ecco perché la fiducia è l'unico asset che si compone nel tempo». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

I COMMENTI

Benzina su e giù? Non è mercato, tocca alla politica

STEFANO AGNOLI E MAURO MEANTI


I COMMENTI

Benzina su e giù? Non è mercato, tocca alla politica

Se c'era bisogno di una controprova in tempo reale, la crisi di Hormuz l'ha fornita: la teoria dei rockets and feathers - i prezzi dei carburanti al dettaglio salgono come razzi quando quelli all'ingrosso crescono, e scendono come piume quando la tendenza si rovescia - non è solo un tormentone da economisti: il conflitto Usa-Iran l'ha rimessa in scena in tempo reale, un po' come un esperimento di laboratorio capitato per caso sotto gli occhi di tutti. I dati di lungo periodo analizzati nei mesi scorsi - 423 settimane di prezzi dal 2018 al 2026 - avevano mostrato che i rialzi di costo si trasmettono alla pompa tra le tre e le cinque volte più velocemente dei ribassi, e che il margine industriale della filiera è cresciuto del 45% contro un'inflazione del 19% nello stesso periodo.

In scala ridotta, che cosa ci dicono invece le ultime settimane? Nel primo mese del conflitto, tra il 23 febbraio e il 23 marzo, il costo alla raffineria (rilevazioni Platts Cif Med) è salito di 26 centesimi. Quello industriale al distributore, cioè con tasse escluse, è salito di 30 centesimi: il rialzo è stato trasmesso integralmente, anzi con un margine leggermente superiore. Nessuna sorpresa: è il comportamento previsto, il "razzo" che sale rapido.

Poi è subentrata una fase di oscillazione intorno ai valori massimi, e infine, dalla settimana del 18 maggio - complici prima i segnali di tregua e poi la tregua effettiva - l'inversione di tendenza. Nelle sei settimane di discesa fino al 29 giugno il costo alla raffineria è sceso di 17 centesimi. Il prezzo al distributore, però, di soli dieci centesimi. È la "piuma" che scende lenta.

Il punto è che il meccanismo non è un'anomalia legata a questa singola crisi, ma un trend che si riattiva identico a ogni choc geopolitico, quale che ne sia l'innesco. Ed è qui che il discorso si fa meno "tecnico". Se l'asimmetria è una regolarità strutturale e non un episodio, allora esiste spazio legittimo per intervenire. Come? Ci sono strade impervie o poco tracciate, tutte da verificare - alcune sperimentate con diversi gradi di successo in altri Paesi - che vanno dalla trasparenza in tempo reale delle trasmissioni di prezzo e dal presidio Antitrust per un monitoraggio continuo dei margini, fino al price cap o alla tassazione degli extraprofitti, quest'ultima forse giuridicamente più fragile. Resta, però, che la domanda per chi fa policy non è se l'asimmetria esista - i dati lo confermano a ogni choc - ma quanto ancora si intenda considerarla un fenomeno di mercato anziché un problema da correggere. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

l'intervista

Adolfo Urso - "Se i carburanti risalgono aiuti mirati a imprese e famiglie"

DIEGO LONGHIN


Urso "Se i carburanti risalgono aiuti mirati a imprese e famiglie"

No a interventi a pioggia». In caso di nuova crisi prolungata nello Stretto di Hormuz, il governo punterà su sostegni selettivi per imprese e famiglie a basso reddito. È la linea del ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, già applicata al dossier auto che presenterà domani al tavolo con imprese e sindacati: incentivi specifici e leasing sociale, sul modello francese, per garantire veicoli a noleggio a basse emissioni e a prezzi calmierati a famiglie con redditi medio-bassi.

Ministro, con lo stop allo sconto sulle accise i carburanti sono tornati a salire. Se Hormuz resta chiuso i prezzi cresceranno?

«I mercati si stanno attrezzando a una situazione di prolungata instabilità: l'Opec aumenta la produzione e si rafforzano rotte alternative. Ma il mondo in cui viviamo è segnato da conflitto, imprevedibilità e incertezza.

Dobbiamo ridurre la dipendenza dall'estero e puntare sull'autonomia strategica, a partire da energia elettrica e materie prime critiche».

Tornerà a fare pressing sui petrolieri?

«Serve responsabilità da parte di tutti. Se però i prezzi alla fonte dovessero crescere sensibilmente a fronte di blocchi alla navigazione, adotteremo misure efficaci e tempestive, come già fatto».

Un nuovo sconto sulle accise?

«Preferisco interventi mirati per imprese e famiglie a reddito più basso. Ma dipenderà dagli eventi: nulla è da escludere».

La crisi internazionale si innesta su una situazione in Europa difficile.

Le difficoltà di Volkswagen sono la cartina tornasole delle difficoltà dell'industria europea. Martedì si riunirà il tavolo auto: quali soluzioni?

«Partiamo dall'Europa: vogliamo cambiare regole che hanno portato al collasso l'industria automobilistica. Tre anni fa avevamo già capito per primi che il Green Deal, così impostato, avrebbe favorito la tecnologia e l'industria cinese. Grazie all'Italia il cantiere delle riforme è aperto e puntiamo alla piena neutralità tecnologica.

Dobbiamo lottare perché la proposta della Commissione ancora non basta, anche se il commissario Séjourné

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ha riconosciuto l'intuizione italiana sui biocarburanti. Questo deve essere l'anno delle riforme».

I problemi tedeschi colpiranno anche l'industria italiana?

«Purtroppo, sì. La nostra componentistica lavora molto per le case tedesche: esportiamo in Germania quasi 5 miliardi, 3,6 di sole parti meccaniche. Per questo ho chiesto a Séjourné di anticipare il "Made in Europe", così che appalti e incentivi vadano a veicoli con il 70-80% di componenti europei. Al tavolo presenteremo poi misure da un miliardo per innovazione e investimenti delle Pmi».

Stellantis sta meglio o peggio di Volkswagen?

«Stellantis si è mossa prima, anche grazie alla pressione del governo: via Tavares, nuova politica industriale, piattaforme e modelli più vicini al mercato. Mentre altrove si parla di chiusure e licenziamenti, in Italia la produzione cresce: +27% di auto nei primi cinque mesi e cassa integrazione in calo del 30% nella maggior parte dei siti. Il 2025, l'anno nero, è alle spalle. Le case tedesche pagano ritardi ed esposizione in Cina».

L'Europa prova a frenare l'export cinese e ad attirare produttori nell'Ue. Funzionerà?

«È la nostra linea: prima misure antidumping per difendere il mercato interno, poi Made in Europe. I produttori cinesi hanno capito che, per restare sul mercato europeo, dovranno produrre qui.

Produrre, non assemblare».

Pochi cinesi per ora guardano all'Italia? Produrre qui costa troppo come dice l'ad di Stellantis Filosa? «Non è così. Diverse case stanno valutando l'Italia, in partnership con Stellantis o da sole. Non possiamo offrire energia meno cara della Spagna, che ha il nucleare, ma abbiamo design, innovazione e componentistica di prim'ordine, oltre a una stabilità politica riconosciuta. È il nostro vantaggio competitivo». L'Italia vuole attrarre produttori da Pechino? «Sì, lo diciamo dall'inizio, con trasparenza e regole chiare. Nella missione a Pechino del 2024 ero con il presidente di Anfia: il messaggio è stato netto, benvenuto chi produce con la filiera italiana». Il Boston Consulting Group prevede il 30% di fabbriche europee in eccesso. Finiranno ai cinesi? «Alcune chiuderanno, altre potranno essere acquisite da case cinesi». Incentivi 2026: cosa cambia e come sarà il leasing sociale? «Presenteremo al tavolo il nuovo Dpcm: circa 1,35 miliardi fino al 2030, con una discontinuità netta. Basta bonus a pioggia che spesso finanziano auto prodotte altrove: serve un piano per la filiera. Il 70% delle risorse va all'offerta, con accordi per l'innovazione e mini-contratti di sviluppo per la componentistica. Sulla domanda restano sostegno ai veicoli commerciali, bonus colonnine e retrofit a gas. La novità è il noleggio sociale a lungo termine, per tre anni, sul modello francese. Sarà gestito dall'Aci. La transizione deve essere per tutti: la mobilità sostenibile non può diventare un privilegio». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Affari & Finanza

Innovazione e mondo digitale

Imprese

La nuova casa Reply dove nascono i modelli per l'IA

A Torino la nuova sede del gruppo nato nel 1996 e che oggi fattura quasi 2,5 miliardi. All'interno anche un lab che si occupa di creare sistemi di intelligenza artificiale proprietari per le grandi aziende

Vittorio Emanuele Orlando


Imprese
La nuova casa Reply dove nascono i modelli per l'IA
Italian Tech
A Torino la nuova sede del gruppo nato nel 1996 e che oggi fattura quasi 2,5 miliardi All'interno anche un lab che si occupa di creare sistemi di intelligenza artificiale proprietari per le grandi aziende
13%
17

Sono consulenti. E sono nerd, eccome. La prova? I nomi che hanno dato ai loro due laboratori di test: Area 42, al Lingotto, dedicata alla robotica, prende il nome dalla famosa risposta alla "domanda fondamentale sulla vita, l'universo e tutto quanto" del romanzo di fantascienza cult Guida galattica per gli autostoppisti di Douglas Adams. La risposta è, appunto 42. Non contenti, quelli di Reply, è di loro che stiamo parlando, per battezzare il lab in cui studiano le tecnologie di frontiera per il retail e lo sviluppo di prodotto attraverso l'uso di realtà mista, ologrammi, scanner 3D, dispositivi aptici e stimoli olfattivi, hanno scelto il 73 ovvero "il Chuck Norris dei numeri" secondo la celebre definizione di Sheldon Cooper, nella 73esima puntata della sit-com The Big Bang Theory. Eppure il mood di Reply, perfettamente incarnato nella nuova sede di Torino è, coerentemente con il Dna piemontese dell'azienda, improntato all'understatement. E il fatto che la sede sia in una ex caserma qualcosa vorrà pur dire del rigore della famiglia Rizzante. In un momento storico che fa dell'ostentazione il proprio modello, l'eleganza discreta della Reply House, col suo cortile di tigli, i finestroni che inondano di luce naturale le aree di lavoro e gli spazi comuni, mette pace nell'animo e dà l'idea di un posto in cui è piacevole lavorare. «Questa idea ci ha guidato nella scelta del posto e di ACPV Architects, lo studio di architettura con cui abbiamo effettuato la ristrutturazione», dice Filippo Rizzante - anima tech del Gruppo fondato nel 1996 dal padre e che ora fattura quasi 2,5 miliardi (Ebitda 2025: 467,6 milioni di euro, +13,9% rispetto al 2024) con oltre 17mila dipendenti nel mondo. «Abbiamo acquistato la caserma a un'asta nel 2015, nel corso dei lavori c'è stata la pandemia di Covid e proprio questo ci ha motivato a creare un luogo che invogliasse le persone a tornare, che attraesse talenti. Perché la differenza non la fanno i modelli IA che escono in tutto il mondo, la differenza la fanno le persone e i laboratori. E non è vero che l'IA penalizza le professioni junior: noi ci facciamo un vanto di avere un'età media davvero bassa, di poco più di 30 anni». Il risultato di undici anni di lavori è un campus all'avanguardia di circa 20.500 m2 che può ospitare 800 persone. Dentro, trovano spazio diversi centri di eccellenza del gruppo specializzato in consulenza, system integration e servizi digitali. A partire dal laboratorio Reply House of Models. «Noi facciamo design di modelli IA», spiega Daniele Vitali, la nostra guida nella Model Factory. «Qui ci occupiamo di sviluppare modelli IA proprietari, sicuri e scalabili». Si parte dal triage, «dove capiamo insieme al cliente se c'è un caso d'uso abbastanza di valore che giustifichi l'investimento e la creazione del modello». Il passo successivo sono i dati del cliente, «che andiamo a scovare con i nostri specialisti

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

direttamente in azienda», continua Vitali, Partner di Reply Model Factory. Da qui in poi la spiegazione del percorso è affidata a Nancy, Giorgio, Iona, Carmelo, Daniele, Filippo e gli altri ragazzi di Reply, che hanno una tale voglia di mostrare il loro lavoro che si rubano la parola una con l'altro. «Dati che vengono resi omogenei per poter creare i diversi dataset», che poi vengono allenati «sia sui dati messi a disposizione del cliente», «sia quelli che noi costruiamo per fare un enrichment di contenuti, da fonti che troviamo open source». Fino ad arrivare a monitoraggio e distribuzione « così il cliente può verificare l'avanzamento dei lavori e confrontare il proprio modello con il benchmark del mercato». Si finisce con l'evaluation, in cui si stabilisce se il modello è pronto per il cliente. «È tutto tranne che un processo lineare: in fase di test capita spesso che il modello venga rimandato indietro». Finisce Vitali: «La competenza oggi su questi temi è davvero scarsa. In Reply siamo riusciti a costruire un nucleo di persone in grado di fare questo tipo di lavoro e riteniamo di avere una netta differenziazione in questo momento. Non solo per come lo facciamo, ma anche per la disponibilità che abbiamo messo a disposizione delle grandi aziende clienti». Chiudiamo con l'Area 73: ma perché il 73 è un numero così importante? Lo spiega Paolo Capitelli, Partner Reply: «È il ventunesimo numero primo. Moltiplicando le sue cifre (7×3) si ottiene 21. Invertendo le cifre si ottiene 37, che è il dodicesimo numero primo e l'inverso di 21. E 73 in codice binario si scrive 1001001, che è un numero palindromo». Più nerd di così ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Affari & Finanza

Innovazione e mondo digitale

LA TRANSIZIONE

L'Europa alla prova della sovranità digitale

L'80% del cloud europeo è controllato da provider Usa e gli investimenti in startup IA e satelliti sono dieci volte inferiori

Giulia Cimpanelli


FOCUS
TECNOLOGIA
L'Europa alla prova della sovranità digitale
L'80% del cloud europeo è controllato da provider Usa e gli investimenti in startup IA e satelliti sono dieci volte inferiori


"Infrastrutture agili e talento locale"

L'Europa del digitale si trova davanti a un bivio. Da una parte la corsa dell'intelligenza artificiale, delle infrastrutture di calcolo e della connettività di nuova generazione; dall'altra il rischio di restare spettatrice di una partita che si gioca altrove, tra Stati Uniti e Cina. Due ricerche recenti, lo studio "Lens" degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano e un'indagine di Accenture sull'intelligenza artificiale sovrana, restituiscono la stessa fotografia, letta da angolazioni diverse: un continente con eccellenze scientifiche, ma ancora troppo dipendente da tecnologie e capitali extra-europei. I numeri parlano chiaro: dati degli Osservatori del Politecnico mostrano come nel cloud computing, oltre l'80% del mercato europeo, circa 112 miliardi di euro, sia in mano a hyperscaler statunitensi. Nei data center la concentrazione è quasi identica: il 53% della potenza installata nel continente, 7,4 gigawatt, è controllato da appena 10 operatori su 182 censiti, sette dei quali americani. L'Italia sta vivendo una fase di crescita come hub emergente, con investimenti previsti fino a 25 miliardi di euro entro il 2028. Ma quasi la metà di questi capitali, il 45%, arriva da tre soli hyperscaler cloud statunitensi: un'espansione che non riduce la dipendenza, semmai la consolida.

Il quadro non cambia guardando alla connettività. In Europa operano 34 compagnie telco, contro le 3 degli Stati Uniti e le 4 della Cina: una frammentazione che ha eroso negli anni la capacità di spesa degli operatori e, di conseguenza, gli investimenti in nuove infrastrutture. In Italia i ricavi del settore sono scesi del 30% dal 2010 a oggi. Nello spazio il divario è enorme: Starlink conta oltre 6.000 satelliti in orbita, mentre il progetto europeo Eutelsat OneWeb ne supera di poco 600. Bruxelles ha risposto con Iris2, costellazione da 300 satelliti finanziata con 10,6 miliardi di euro tra fondi pubblici e privati, a cui contribuisce anche l'Italia. Ma i tempi della geopolitica corrono più veloci di quelli industriali.

Sull'intelligenza artificiale, la ricerca del PoliMi fotografa un paradosso già noto agli addetti ai lavori: l'Europa produce ottima scienza ma fatica a trasformarla in valore economico. Il 15% delle pubblicazioni scientifiche mondiali sull'IA è europeo, contro il 9% degli Stati Uniti, un primato che si ribalta però sui brevetti, dove il continente si ferma al 3% contro il 14% americano. Ancora più netto il divario sugli investimenti: nel 2024 le startup europee di intelligenza artificiale hanno raccolto 19 miliardi di dollari, contro i 109 miliardi degli Stati Uniti. In Italia il dato crolla a 0,9 miliardi. Mistral AI, il campione francese, vale oggi circa 15 miliardi di dollari, una cifra lontanissima dai 852 miliardi di OpenAI e dai quasi mille miliardi di Anthropic. È qui che si inserisce

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

lo studio Accenture, che sposta l'attenzione dal piano infrastrutturale a quello delle scelte aziendali. Il 62% delle organizzazioni europee dichiara di essere già alla ricerca di soluzioni di "IA sovrana", sistemi sviluppati e gestiti con infrastrutture, dati e talenti locali, spinte dall'incertezza geopolitica. La sensibilità è più alta in Danimarca (80%), Irlanda e Germania (72%), e nei settori più regolamentati: banche (76%), energia (70%), pubblica amministrazione (69%). Guardando ai prossimi due anni, il 60% delle organizzazioni europee prevede di aumentare gli investimenti in questa direzione. L'Italia, sorprendentemente, è tra le più convinte: il 71% delle aziende italiane intende incrementare gli investimenti in IA sovrana, un dato secondo solo alla Germania (73%) e superiore a Svizzera e Spagna. Attenzione però a non leggere questi numeri come un ripiegamento nazionalista. Lo stesso studio Accenture segnala che il 65% delle aziende europee non si sente competitivo senza fornitori extra-europei, e il 57% valuta soluzioni miste, sovrane ed estere insieme. La sovranità digitale non significa autarchia, ma scegliere il giusto livello di controllo su dati, infrastrutture e modelli, a seconda del settore e del rischio. Solo il 19% delle aziende considera oggi l'IA sovrana un reale vantaggio competitivo: per il 48% resta una questione di conformità normativa, e appena il 16% l'ha portata all'attenzione del board. La fotografia delle imprese italiane scattata dagli Osservatori conferma un digital divide più dimensionale che tecnologico. Le grandi aziende hanno digitalizzato processi di pianificazione, marketing e gestione documentale, spesso spinte da obblighi normativi come la fatturazione elettronica. Le pmi restano indietro su quasi tutti i fronti: solo il 33% ha figure dedicate all'analisi dei dati, contro il 73% delle grandi imprese, e appena il 22% dispone di un presidio interno di cybersecurity. Il budget Ict delle imprese italiane, del resto, si ferma a una media inferiore al 3%. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Affari & Finanza

Innovazione e mondo digitale

IL REPORT

Andare oltre il Pnrr le sfide dell'Italia tecnologica

IA, cloud e cybersecurity trainano il mercato Pmi in ritardo tra competenze e capitali. Lo studio AnitecAssinform NetConsulting Cube

Andrea Frollà


FOCUS
INNOVAZIONE
84,4
Andare oltre il Pnrr
le sfide dell'Italia tecnologica
IA, cloud e cybersecurity trainano il mercato Pmi in ritardo tra competenze e capitali. Lo studio Anitec-Assinform NetConsulting Cube


+8,1%
1,3
"Ora un piano di lungo periodo"
3,6

L'integrazione delle tecnologie digitali nei modelli produttivi è la grande sfida di valorizzazione delle storiche eccellenze manifatturiere e imprenditoriali che attende l'Italia nei primi anni. In uno scenario segnato da instabilità geopolitica, volatilità energetica e competizione tecnologica accesa, il digitale deve diventare un motore strutturale della trasformazione industriale e non rimanere un simple abilitatore. Da reti materiali, infrastrutture fisiche e impianti industriali a ecosistemi aziendali digitali alimentati da dati, connettività, capacità di calcolo, piattaforme digitali e intelligenza artificiale. A scattare questa fotografia è l'ultimo Rapporto Anitec-Assinform "Il digitale in Italia 2026", realizzato in collaborazione con NetConsulting cube. Lo studio, giunto alla cinquantasettesima edizione, evidenzia come nel 2025 il mercato digitale italiano abbia raggiunto un valore di 84,4 miliardi di euro, registrando una crescita del 3,4% rispetto all'anno precedente. Si tratta di un incremento superiore rispetto alla dinamica del Pil nazionale, con andamenti differenziati tra i diversi segmenti del settore. Lo sviluppo più rilevante ha riguardato i servizi Ict, che hanno toccato i 18,8 miliardi (+8,1%), spinti dall'espansione del cloud computing, dal rafforzamento delle soluzioni di cybersecurity e dalla crescente diffusione dell'intelligenza artificiale. Quest'ultima si conferma la tecnologia con il più elevato tasso di espansione dell'intero mercato, registrando un incremento del 47,6% e un valore complessivo superiore a 1,3 miliardi di euro. Il periodo 2026-2029, prevedono gli analisti, segnerà il passaggio cruciale dall'era della digitalizzazione d'emergenza a una struttura di "digital-first" strutturale. Le previsioni indicano una crescita media annua del mercato nazionale vicina al 3,6%, ma il valore effettivo dipenderà dalla capacità di integrare le diverse tecnologie in ecosistemi intelligenti. La metamorfosi investe trasversalmente tutti i principali settori economici. Nel settore finanziario, banche e assicurazioni stanno passando dalla fase pilota all'integrazione dell'IA nei processi core, riprogettando i flussi end-to-end con benefici concreti in termini di efficienza, sotto la supervisione obbligatoria di modelli basati sul cosiddetto principio dello "human in the loop". Nel manifatturiero avanzato emergono invece le "fabbriche AI-native", ossia siti autonomi in cui AI, robotica e sistemi edge ottimizzano in real-time la produzione, riducendo i difetti e tagliando i consumi energetici. Pubblica amministrazione e sanità si segnalano soprattutto per i progetti legati all'interoperabilità dei dati, identità digitale e telemedicina.

Nonostante i progressi, permangono vulnerabilità e ritardi strutturali che rischiano di frenare lo sviluppo. Il primo nodo critico riguarda il divario dimensionale tra grandi imprese e Pmi. Se l'adozione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

dell'IA è raddoppiata arrivando al 16% delle imprese con almeno 10 addetti, il tasso sale al 53% tra le grandi realtà ma si ferma al 16% nelle Pmi.

Le piccole imprese incarnano difficoltà nell'adozione di tecnologie avanzate a causa della carenza di competenze, della limitata disponibilità di dati strutturati e di vincoli finanziari che ostacolano gli investimenti di lungo periodo.

Questa frammentazione si riflette in modo speculare anche sul lato dell'offerta tecnologica nazionale.

La filiera delle imprese Ict medio-piccole non riesce a valorizzare la prossimità con le filiere industriali. Scontano una carenza di competenze avanzate, difficoltà di accesso ai dati e, soprattutto, una carenza di capitale di finanziamento per compiere il salto dimensionale necessario a partecipare a bandi complessi o progetti innovativi.

L'Italia registra inoltre una bassa dinamica della produttività totale dei fattori e la limitata diffusione dell'ICT nei processi delle aziende minori non fa altro che aggravare il quadro. Se da un lato l'Italia mantiene punti di forza nello sviluppo software, dall'altro resta meno competitiva nella ricerca e nella progettazione di tecnologie core. Dal punto di vista territoriale, la spesa digitale rimane fortemente concentrata nel Nord Ovest e nel Centro, due aree che concentrano oltre il 62% del mercato complessivo, guidate dalla Lombardia. Il Mezzogiorno mostra segnali di recupero ma sconta ancora una dipendenz

a dagli investimenti pubblici. Un altro trend chiave riguarda l'intreccio con gli obiettivi di sostenibilità, e in particolare con la cosiddetta transizione gemella che pone il digitale come driver di efficienza energetica e sostenibilità ambientale. Qui spicca l'avanzata globale dei data center e delle grandi infrastrutture di calcolo alla base dell'intelligenza artificiale, che comportano un incremento imponente della domanda di energia elettrica, rendendo la disponibilità di fonti energetiche sostenibili e competitive un

fattore competitivo decisivo. Ultimo, ma non meno importante, è l'esaurimento progressivo dei finanziamenti legati al Piano nazionale di ripresa e resilienza. Il mercato digitale italiano, avverte lo studio, dovrà camminare in autonomia e sarà essenziale una politica industriale per il digitale organica, continuativa e di lungo periodo. Una strategia nazionale che superi le logiche basate su adempimenti formali o su meri incentivi all'acquisto di hardware, concentrandosi invece sul cambiamento organizzativo, sul reskilling del capitale umano, sulla governance dei dati e sul rafforzamento della cyber resilienza. Solo governando gli asset strategici digitali, sottolineano gli analisti, l'Italia potrà trasformare l'innovazione in un vantaggio industriale duraturo e in un pilastro della crescita. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

IL CASO

Sicurezza sul lavoro, così l'IA semplifica i controlli

La startup torinese Miraia amplia la sua piattaforma con nuovi strumenti per le verifiche dai fornitori alle fatture

s.d.p.


Bioplastiche al rilancio: focus qualità

Fase difficile con concorrenza cinese, consumi stagnanti prodotti non conformi

Sicurezza sul lavoro, così l'IA semplifica i controlli

La startup torinese Miraia amplia la sua piattaforma con nuovi strumenti per le verifiche dai fornitori alle fatture

La sicurezza sul lavoro resta uno dei temi più importanti e delicati per le aziende. Oltre alla tutela dei lavoratori, richiede infatti una gestione sempre più rigorosa degli adempimenti normativi e della documentazione necessaria a garantire la conformità delle attività. Da qui la scelta della startup torinese Miraia di ampliare la propria offerta con un nuovo servizio dedicato alla sicurezza sul lavoro. La soluzione consente alle aziende di monitorare in modo puntuale tutta la documentazione obbligatoria relativa ai propri fornitori e ai lavoratori esterni: dall'idoneità tecnico-professionale alle visite mediche, dalla formazione generale e specifica del personale alla nomina del medico competente, fino al protocollo sanitario e alla dichiarazione prevista dall'articolo 14 del decreto legislativo 81/2008. L'ampliamento dell'offerta rappresenta un'evoluzione naturale del percorso avviato dalla società, il cui core business resta il controllo contributivo e retributivo legato alla responsabilità solidale negli appalti attraverso una piattaforma digitale basata sull'intelligenza artificiale. «Confrontandoci ogni giorno con clienti e imprese ci siamo resi conto che il tema della sicurezza rappresentava una naturale estensione del nostro servizio», spiega Mattia Gibin, direttore generale di Miraia. L'ampliamento dell'offerta comprende anche un secondo servizio dedicato alla gestione delle fatture delle agenzie per il lavoro (Apl). «Grazie all'IA riusciamo a confrontare preventivi e fatture, verificando ogni singola voce e consentendo alle aziende di recuperare eventuali importi non dovuti attraverso l'emissione di note di credito», spiega il dg. Il percorso di sviluppo proseguirà nei prossimi mesi con un ulteriore investimento nell'IA generativa. La società sta infatti lavorando a un assistente virtuale dedicato ai contratti collettivi nazionali e agli accordi di secondo livello che consentirà alle aziende di interrogare la documentazione contrattuale e ottenere indicazioni sull'applicazione delle diverse disposizioni. Parallelamente, anticipa Gibin, «stiamo valutando l'acquisizione di alcune software house specializzate nello sviluppo di soluzioni di intelligenza artificiale generativa». - s.d.p. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Italia Oggi Sette

Innovazione e mondo digitale

Numerose proroghe per la piena efficacia del regolamento europeo in determinati settori

IA, si può attendere per le regole Ue sui sistemi ad alto rischio

ANTONIO CICCIA MESSINA


Numerose proroghe per la piena efficacia del regolamento europeo in determinati settori

IA, si può attendere per le regole Ue sui sistemi ad alto rischio

Il nuovo calendario

L'AI act (regolamento Ue sull'intelligenza artificiale n.

2024/1689) riparte con una raffica di proroghe. Viene ricalendarizzato, con nuove date di partenza, l'inizio di efficacia delle disposizioni sui sistemi di Intelligenza artificiale (IA) nei settori ad alto rischio e sul watermarking (marcatura dei contenuti creati dalle IA).

Sono queste le modifiche più urgenti apportate dal regolamento "correttivo" dell'AI act, già approvato dal Parlamento Ue e adottato il 29 giugno 2026 dal Consiglio Ue, ora in attesa della pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dell'Ue.

Che si debba andare di fretta è dimostrato anche dal fatto che il regolamento correttivo entrerà in vigore il terzo giorno successivo alla pubblicazione.

L'operazione deve, infatti, essere portata a termine prima del 2 agosto 2026 e cioè una delle date che deve essere rinviata (relativa all'efficacia delle disposizioni sui sistemi di IA nei settori ad alto rischio).

Il provvedimento in esame fa parte di un pacchetto di più ampio respiro, noto come Digital Omnibus, nel quale è compreso anche il regolamento correttivo del Gdpr (regolamento Ue sulla privacy n. 2016/679).

Proroghe per i sistemi ad alto rischio. L'articolo 113 del regolamento (Ue) 2024/1689, in vigore dal 2 agosto 2024, prevede che la data generale di applicazione è il 2 agosto 2026. Il regolamento correttivo rinvia l'inizio di applicazione per i sistemi di IA ad alto rischio.

Le ragioni del differimento sono rivelate dalle premesse al nuovo regolamento: si sono, in effetti, verificati ritardi nella disponibilità di linee guida e norme di orientamento e nella costituzione delle autorità nazionali sull'IA.

Pertanto, passa (dal 2 agosto 2026) al 2 dicembre 2027 la data di applicazione delle norme su classificazione, requisiti e obblighi di fornitori, deployer dei sistemi di IA ad alto rischio "autonomi", individuati dall'articolo 6, paragrafo 2, e dall'allegato III del regolamento n.

2024/1689.

I settori ad alto rischio interessati alla proroga delle regole per i sistemi di IA indipendenti sono molto numerosi.

L'allegato III del regolamento Ue comprende i seguenti ambiti: biometria; infrastrutture critiche (traffico stradale, fornitura di acqua, gas, riscaldamento o elettricità); istruzione e formazione professionale; occupazione, gestione dei lavoratori e accesso al lavoro autonomo; servizi essenziali

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

privati (tra cui credito e assicurazioni) e pubblici essenziali, compresi i servizi di assistenza sanitaria; attività di polizia e di indagine; migrazione, asilo e gestione del controllo delle frontiere; amministrazione della giustizia e processi democratici.

Ma non è l'unica proroga.

Passa, infatti, (dal 2 agosto 2027) al 2 agosto 2028 la data di applicazione delle norme per i sistemi di IA classificati come ad alto rischio ai sensi dell'articolo 6, paragrafo 1, e dell'allegato I e cioè i sistemi di IA integrati e cioè, componenti di sicurezza e sistemi di IA costituente prodotto disciplinati dalla normativa Ue di armonizzazione.

Componenti di sicurezza. A questo proposito, il regolamento correttivo interviene sulla nozione di "componente di sicurezza", che viene circoscritta in modo da includere unicamente i sistemi di Intelligenza artificiale che potrebbero incidere negativamente sulla salute e sulla sicurezza delle persone o dei beni.

Di conseguenza, non rientrano tra i componenti di sicurezza i sistemi di IA destinati a svolgere esclusivamente funzioni relative all'assistenza agli utenti, all'ottimizzazione delle prestazioni, all'efficienza dei servizi, all'automazione, alla praticità o ad aspetti non connessi alla sicurezza delle operazioni di controllo della qualità. Tutto ciò con la rilevante eccezione relativa ai sistemi di IA il cui guasto o malfunzionamento metterebbe a rischio la salute e la sicurezza.

La proroga del watermarking. L'articolo 50 del regolamento sull'IA dettaglia gli obblighi di trasparenza per i sistemi di IA che interagiscono direttamente con gi umani.

Il primo paragrafo dell'articolo 50 impone misure per rendere consapevoli le persone che hanno di fronte un robot: il relativo obbligo di esplicito avviso viene meno se il fatto che si sta dialogando con un robot risulta evidente dal punto di vista di una persona fisica ragionevolmente informata, attenta e avveduta, tenendo conto delle circostanze e del contesto di utilizzo.

Il secondo paragrafo dell'articolo 50 impone il cosiddetto watermarking e cioè l'obbligo di marcare, in un formato leggibile meccanicamente, i risultati forniti dal sistema di IA, che genera contenuti audio, immagine, video o testuali sintetici: deve, infatti, essere riconoscibile che i contenuti sono stati prodotti dal robot e, quindi, generati o manipolati artificialmente.

Il regolamento correttivo interviene su questo secondo paragrafo con una disposizione transitoria. Con l'aggiunta del paragrafo 4 all'articolo 111 dell'AI act, il regolamento correttivo dispone che i fornitori di sistemi di IA, compresi i sistemi di IA per finalità generali, che generano contenuti audio, immagine, video o testuali sintetici, immessi sul mercato prima del 2 agosto 2026, devono adottare le misure necessarie per conformarsi all'articolo 50, paragrafo 2, entro il 2 dicembre 2026.

Per i sistemi immessi sul mercato dopo il 2 agosto 2026, il watermarking è immediatamente operativo. Il 2 agosto 2026 è la data di inizio di efficacia degli altri obblighi di trasparenza, tra cui l'avviso agli utenti quando interagiscono con una IA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Con altra modifica, il regolamento correttivo riscrive il paragrafo 7 dell'articolo 50 assegnando alla Commissione Ue il compito di incoraggiare e agevolare l'elaborazione di codici di buone pratiche a livello dell'Unione per facilitare l'efficace attuazione degli obblighi relativi alla rilevazione, alla marcatura e all'etichettatura dei contenuti generati o manipolati artificialmente.

A riguardo dei contenuti falsi creati con sistemi di IA, in ogni caso, occorre ricordare che, in Italia, un eventuale deepfake su dati personali è un illecito già attualmente sanzionabile in base alle disposizioni sulla privacy.

Inoltre, l'articolo 612-quater del codice penale punisce l'illecita diffusione di contenuti generati o alterati con sistemi di intelligenza artificiale.

Al bando le IA di nudificazione. Il regolamento correttivo modifica l'articolo 5 dell'AI act, che elenca i sistemi di IA vietati. Per effetto dell'intervento, sono compresi tra i sistemi messi al bando i sistemi di IA di "nudificazione" e cioè che generano immagini, video e audio intimi non consensuali e materiale analogo e materiale di abuso sessuale su minori.

Le nuove disposizioni si applicano a decorrere dal 2 dicembre 2026.

Il divieto si applica alla immissione di sistemi di IA sul mercato Ue con lo scopo di creare tali contenuti, alla collocazione sul mercato Ue di sistemi di IA privi di misure di sicurezza ragionevoli idonee a prevenire la creazione dei contenuti vietati e all'utilizzo dei sistemi di IA per creare i contenuti illeciti.

Il correttivo precisa, infine che i divieti posti dal regolamento sull'IA lasciano impregiudicati i mezzi di ricorso di cui le persone dispongono ai sensi della legislazione nazionale per tutelare i loro diritti fondamentali, compreso il diritto all'immagine, alla vita privata e alla dignità umana. Sandbox da predisporre. Il nuovo regolamento posticipa fino al 2 agosto 2027 la scadenza per l'istituzione dei sandbox regolatori dell'IA da parte delle autorità nazionali. Viene, infatti, modificato l'articolo 57, stabilendo che gli Stati europei devono istituire almeno uno spazio di sperimentazione normativa per l'IA a livello nazionale, che sia operativo entro il 2 agosto 2027. La Commissione Ue potrà fornire assistenza tecnica, consulenza e strumenti per l'istituzione e il funzionamento degli spazi di sperimentazione normativa per l'IA. Come spiega il riscritto paragrafo 5 del citato articolo 57 gli spazi di sperimentazione normativa per l'IA rappresentano un ambiente controllato che promuove l'innovazione e facilita lo sviluppo, l'addestramento, la sperimentazione e la convalida di sistemi di IA innovativi per un periodo di tempo limitato prima della loro immissione sul mercato o della loro messa in servizio: tutto ciò conformemente a un piano specifico concordato tra i fornitori o i potenziali fornitori e le autorità competenti, assicurando che siano predisposte garanzie adeguate. Tali spazi di sperimentazione possono comprendere prove in condizioni reali. Evitare duplicazioni. Per i sistemi di IA ad alto rischio "integrati" e cioè componenti di un prodotto (articolo 6, paragrafo 1) l'AI act si applica contestualmente alla normativa di armonizzazione dell'Ue dedicata ai prodotti (per esempio, giocattoli, ascensori, imbarcazioni, dispositivi medici).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Peraltro, in alcuni casi è possibile che la normativa di armonizzazione garantisca un livello di tutela uguale o superiore a quello garantito dai requisiti o dagli obblighi dell'AI Act. In tal caso con atto della Commissione sarà possibile limitare l'applicazione di requisiti e obblighi dell'AI act per non aggravare gli operatori economici.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi Sette

Innovazione e mondo digitale

Due regolamenti europei consento di usare dati sensibili per l'addestramento di sistemi di IA

Un compromesso sulla privacy

ANTONIO CICCIA MESSINA


Un compromesso sulla privacy

Le novità tra IA e privacy

Privacy nella morsa dell'Intelligenza artificiale: per l'addestramento e lo sviluppo delle IA si possono usare dati personali, anche sensibili, senza il consenso dell'interessato. È quanto prevede una manovra a tenaglia sviluppata da due regolamenti Ue. Il primo è il correttivo del regolamento sull'intelligenza artificiale, ormai alle ultime battute, che prevede l'uso di dati per correggere gli errori delle IA; il secondo è il regolamento correttivo del Gdpr (regolamento Ue sulla privacy n. 2016/679), ancora in fase di discussione presso gli organismi legislativi dell'Ue, che prevede l'uso dei dati, anche sensibili, per l'addestramento e lo sviluppo delle IA.

Correggere le allucinazioni. I robot possono sbagliare: è un fatto. Allora individuare e correggere le distorsioni è urgente, per evitare che questi errori producano effetti negativi, fino a discriminare le persone.

Il regolamento sull'IA nella sua versione originaria contiene una norma apposita che, allo scopo di rimediare agli abbagli dell'IA, autorizza i fornitori di sistemi di IA ad alto rischio a trattare categorie particolari di dati personali e cioè i dati sensibili, i dati genetici e quelli biometrici.

Altrimenti detto, è lo stesso AI act a costituire la base giuridica che permette ai fornitori di sistemi di IA ad alto rischio di usare i dati delle persone per quanto necessario a prevenire, rilevare e correggere le allucinazioni delle IA, suscettibili di incidere sulla salute e sulla sicurezza delle persone, di avere un impatto negativo sui diritti fondamentali o di comportare discriminazioni vietate dal diritto dell'Unione.

Il regolamento correttivo dell'AI act, adottato dal Consiglio Ue il 29 giugno 2026, allarga questa possibilità di utilizzare i dati personali, accordandola anche ai deployer (utilizzatori) di sistemi di IA ad alto rischio.

Inoltre, le distorsioni potrebbero emergere, non solo per le IA ad alto rischio, ma anche nel caso di altri sistemi o modelli di IA. Nelle premesse al correttivo in esame si fa l'esempio di distorsioni delle IA in relazione alla valutazione delle domande di permessi o licenze, che potrebbero limitare o escludere dall'accesso ai servizi pubblici. Di conseguenza, il regolamento correttivo ammette, il trattamento di categorie particolari di dati personali ai fini del rilevamento e della correzione delle distorsioni da parte dei fornitori e dei deployer di altri sistemi e modelli di IA e da parte dei deployer di sistemi di IA ad alto rischio.

Tutto ciò in un quadro di garanzie, descritte dall'AI Act, prima tra tutte la precisazione che l'utilizzo dei dati è consentito nella misura in cui strettamente necessario.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi Sette

Innovazione e mondo digitale

Tra le cautele che bisogna osservare ci sono le seguenti: uso dei dati personali solo in caso di impossibilità di correggere gli errori con dati sintetici o anonimizzati; rigorose condizioni di sicurezza; accesso ai dati limitato agli autorizzati; divieto di divulgazione dei dati a terzi; cancellazione dei dati dopo la correzione della distorsione; dichiarazione dei motivi dell'uso dei dati inserita nei registri di trattamento dei dati.

A proposito della correzione delle distorsioni, da ultimo, va sottolineato che, secondo quanto previsto dallo stesso regolamento sull'IA, la norma sulla possibilità di usare dati personali, anche sensibili, per effettuare le rettifiche, non crea alcun obbligo di rilevare e correggere tali distorsioni. Questa precisazione, ovviamente, non comporta l'esonero da responsabilità a carico di chi sceglie di non correggere le allucinazioni stesse.

Fria e Dpia. In alcuni casi il regolamento Ue sull'IA, all'articolo 27, prevede l'obbligo di redigere una valutazione dell'impatto dell'IA sui diritti fondamentali delle persone (Fria).

In dettaglio, prima di utilizzare un sistema di IA ad alto rischio, a eccezione dei sistemi di IA ad alto rischio destinati a essere usati nel settore elencati nell'allegato III, punto 2 (infrastrutture critiche), i deployer che sono organismi di diritto pubblico o sono enti privati che forniscono servizi pubblici e i deployer di sistemi di IA ad alto rischio di cui all'allegato III, punto 5, lettere b) (settore credito) e c) (settore assicurativo), devono effettuare una valutazione dell'impatto sui diritti fondamentali che l'uso di tale sistema può produrre.

L'articolo 27 dettaglia i contenuti della Fria, che in alcuni punti si sovrappongono ai contenuti della Dpia (valutazione di impatto sulla protezione dei dati), prevista dalle norme sulla privacy.

Il correttivo interviene sull'articolo 27 stabilendo alcune semplificazioni nel caso in cui uno degli obblighi di valutazione di impatto sui diritti fondamentali sia già rispettato mediante la valutazione d'impatto sulla protezione dei dati (Dpia), effettuata a norma dell'articolo 35 del Gdpr o dell'articolo 27 della direttiva Ue 2016/680 (disciplina della privacy nella giustizia penale).

La semplificazione consiste nel fatto che, nell'effettuare la valutazione d'impatto sui diritti fondamentali, il deployer (utilizzatore di sistemi di IA) può includere rimandi alle sezioni pertinenti di tale valutazione d'impatto sulla protezione dei dati o includerne parti pertinenti nella valutazione d'impatto sui diritti fondamentali.

Per aiutare le organizzazioni tenute all'adempimento, il correttivo attribuisce all'Ufficio Ue per l'IA il compito di elaborare un modello di questionario, anche attraverso uno strumento automatizzato. Il modello dovrà mettere a disposizione una funzione che abilita i deployer a includere rimandi alle Dpia o a includerne parti nella Fria. Il correttivo del Gdpr. In parallelo con il correttivo dell'AI act sta proseguendo nel suo cammino legislativo anche il regolamento correttivo del Gdpr (regolamento Ue sulla privacy n. 2016/679), che contiene alcune disposizioni di diretto interesse per la materia dell'Intelligenza artificiale. In particolare, si ammette il trattamento di dati sensibili,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

genetici e biometrici nel contesto dello sviluppo e del funzionamento di un sistema di IA o di un modello di IA. Al riguardo sono previste alcune garanzie, tra le quali la più importante impone di proteggere in ogni caso efficacemente e senza indebito ritardo i dati affinché non siano utilizzati per produrre output, non siano divulgati o non siano messi in altro modo a disposizione di terzi. Con una altra disposizione, lo schema di correttivo del Gdpr considera un interesse legittimo degli operatori economici il trattamento dei dati personali (diversi da quelli sensibili) nel contesto dello sviluppo e del funzionamento di un sistema di IA o di un modello di IA, tranne quando norme Ue o leggi nazionali richiedano esplicitamente il consenso. Anche in questo caso sono previste alcune precauzioni: adozione di misure organizzative e tecniche; rispetto del principio della minimizzazione; divieto di divulgazione dei dati; diritto incondizionato di opporsi al trattamento dei loro dati personali.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023