Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 22 giugno 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

lunedì, 22 giugno 2026

Coop Alleanza 3.0

22/06/2026 **Il Fatto Quotidiano** Pagina 10 *Marco Palombi* 5
Finanza non più rossa: è Cimbri che comanda sulle coop sue azioniste

Area Emilia Romagna

22/06/2026 **Corriere Romagna** Pagina 8 7
«Area Fox al voto in Consiglio in autunno» Così i parcheggi slittano verso il traguardo

22/06/2026 **Gazzetta di Parma** Pagina 23 9
Al tramonto sulle colline per una grande Lucciolata

22/06/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)** Pagina 31 10
Un'attrice d'insuccesso e quattro detenute Ciak, si gira 'Il bene comune' di Rocco Papaleo

22/06/2026 **Estense** 11
All'Arena arriva "Buen Camino"

21/06/2026 **Ravenna24Ore.it** 12
Ravenna Festival. Una serata di swing con la Glenn Miller Orchestra e Uli Plettendorff

21/06/2026 **RavennaNotizie.it** 14
A Palazzo San Giacomo di Russi, serata Swing Forever

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

21/06/2026 **Oggi Treviso** 16
Il Piave si conferma il fiume più pulito del Veneto

21/06/2026 **Treviso Today** 18
Legambiente promuove il Piave: è il fiume più pulito del Veneto

Controllate e partecipate

22/06/2026 **Affari & Finanza** Pagina 9 *Carlotta Scozzari* 20
Così il risiko muta la mappa degli sportelli mentre il trend è di riduzione

22/06/2026 **La Stampa** Pagina 21 22
Mps, il cda di Siena analizza le offerte Lovaglio stretto tra Castagna e Messina

22/06/2026 **Libertà** Pagina 23 *Manuela Sitzia* 23
Francesco Abate ha presentato "Gli Indegni" a Sant'Antonio

22/06/2026 **Messaggero Veneto** Pagina 21 25
Mazzetto di San Giovanni Domani in largo dei Pecile

Coop e Cooperazione

22/06/2026 **La Nazione (ed. Grosseto-Livorno)** Pagina 29 26
Fondo Sviluppo Cooperazione Toscana investe in Uniport

Concorrenza GDO

22/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 8 *Margherita Ceci* 27
Chiuso in dieci anni l'11% dei negozi di vicinato: Centro-Nord più colpito

22/06/2026 **Il Piccolo (ed. Gorizia)** Pagina 14 *FRANCESCO FAIN* 29
La crisi dei negozi nell'Isontino Ogni due chiusure un'apertura

22/06/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 50 *SERENA BURIONI* 31
PARCHI COMMERCIALI NON SOLO SHOPPING VENDIAMO ESPERIENZE

22/06/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 30 *FRANCESCA GAMBARINI* 33
FAGIOLI, BIRRA E «PIZZONE» INTAVOLA IL MITO DI BUD SPENCER

22/06/2026 **La Repubblica (ed. Torino)** Pagina 5 *MASSIMILIANO SCIULLO* 35
Carrefour, i sindacati attaccano "Mastrolia pensi ai lavoratori"

22/06/2026 **Il Mattino di Padova** Pagina 15 *FELICE PADUANO* 37
Il Centro Giotto si rifà il look «Sarà più bello e accogliente»

22/06/2026 **Il Giornale Di Vicenza** Pagina 9 39
Musei, giardini e supermercati Caccia al refrigerio in città Ma ora si rischiano i 38 gradi

Economia, consumi e società

22/06/2026 **Affari & Finanza** Pagina 13 *GIULIA CIMPANELLI* 40
Anno record per il latte ma pesano dazi e costi della filiera

22/06/2026 **La Stampa** Pagina 25 *Fabrizio Goria, Giovanni Turi* 42
Gelati ristretti

22/06/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 29 *valeriano musiu* 44
Healtion, il polo del cibo salutare punta a 300 milioni

22/06/2026 **La Repubblica** Pagina 8 *CARLOTTA SCOZZARI* 46
Le imprese con il fiato sospeso "Il business non può fermarsi"

22/06/2026 **Affari & Finanza** Pagina 34 *Marco Frojo* 48
Il commercio si apre nuove rotte

22/06/2026 **Affari & Finanza** Pagina 35 50
La crisi rivoluziona la logistica

22/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 6 *Valentina Melis, Claudio Tucci* 52
I fringe benefit rappresentano il 55% del welfare aziendale

22/06/2026 **Affari & Finanza** Pagina 42 *Sibilla Di Palma* 54
Il Fisco premia il welfare aziendale

22/06/2026 **Italia Oggi Sette** Pagina 8 *FRANCO RICCA* 56
E-commerce, lotta all'evasione Piattaforme più responsabili

22/06/2026 **Italia Oggi Sette** Pagina 18 *PINA RICCIARDO* 58
Imprese, il bollino Esg conviene

22/06/2026 **Affari & Finanza** Pagina 36 *Vito de Ceglia* 61
Elettricità flessibile: la bolletta diventa una risorsa

Innovazione e mondo digitale

22/06/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 22 *ALESSIA CRUCIANI* 63
SHOPPING? CI PENSA L'AGENTE SVOLTANELL'ECOMMERCE

22/06/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 23 *GABRIELE PETRUCCIANI* 66
CONVINCE IL CONSULENTE AI MA VOGLIO ANCORA PAGARE IO

22/06/2026 **L'Economia del Corriere della Sera** Pagina 33 *CHIARA SOTTOCORONA* 68
COME CAMBIA L'OCCUPAZIONE SE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ACCORCIA LA SETTIMANA

22/06/2026 **Affari & Finanza** Pagina 17 *Marco Giorgino* 70
L'IA È GIÀ ENTRATA IN AZIENDA ORA TOCCA AI BOARD: UN OBBLIGO PER STRATEGIA, RISCHI E CULTURA

22/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 28 *GIULIO TREMONTI* 72
Per l'AI servono regole globali

Il Fatto Quotidiano

Coop Alleanza 3.0

Finanza non più rossa: è Cimbri che comanda sulle coop sue azioniste

Marco Palombi


Finanza non più rossa: è Cimbri che comanda sulle coop sue azioniste


Da Fca a Stellantis, così l'industria auto italiana è crollata in pochi anni

La nuova tornata del risiko bancario ci sottopone una interessante situazione. Come Il Fatto economico vi ha raccontato la scorsa settimana, la partecipazione di Unipol - attraverso la controllata Banca Popolare dell'Emilia Romagna (Bper) - alla scalata di Intesa Sanpaolo a Mps-Mediobanca è anche il ritorno in pista in grande stile della "finanza rossa" per la prima volta da quando lo stesso gruppo assicurativo riuscì a ingoiare, grazie ai buoni uffici della Mediobanca di Alberto Nagel, la malmessa ma ricca FonSai di Salvatore Ligresti: allora come oggi è Carlo Cimbri (all'epoca ad, oggi presidente) a condurre Unipol nel gioco grande. Insomma, la finanza c'è, garantisce il manager sardo-bolognese, ma è "rossa"? Detto meglio: Unipol è ancora il braccio finanziario delle coop, che la controllano con circa il 48% del capitale (e oltre il 60% dei diritti di voto) e si sono già impegnate a sottoscrivere l'aumento di capitale da 2,5 miliardi per conquistare metà degli sportelli e il brand di Montepaschi?La risposta, semplificando, è no: Cimbri comanda e le fu coop rosse, ove mai volessero dissentire, non hanno molto da opporgli, perché è lui che le tiene in piedi. Mentre le coop di consumo, le grandi azioniste del gruppo, vengono da un quindicennio abbondante di crisi industriale, Unipol si trasformava in una macchina da soldi: merito della presa sulla Fonsai di Ligresti, come pure dell'operazione con cui Unipol Banca fu venduta a Bper, di cui le assicurazioni in cambio diventarono l'azionista di controllo. Per capirci, la piccola Popolare emiliana, che si candida a prendere metà di Mps, è diventata un colosso: l'utile era sotto i 100 milioni nel 2022, l'anno scorso ne ha fatti per 2,1 miliardi e quest'anno ne distribuirà metà in dividendi. I profitti di Unipol in dieci anni sono triplicati (da 500 milioni a 1,5 miliardi) e le cedole per gli azionisti anche di più: da 0,30 euro per azione nel 2022 a 1,12 quest'anno. Cimbri ha vinto: i suoi risultati hanno ridotto al silenzio anche gli ultimi avversari nel mondo cooperativo, quelli (ad esempio Claudio Levorato di Manutencoop) che avevano provato senza successo a contrastare l'operazione Banca Unipol-Bper nel 2019 e quelle successive (dall'acquisto degli sportelli di Ubi e Intesa a quello di Carige). Il risultato è che Unipol è oggi una realtà finanziaria enorme col cuore e la testa a Milano, il cui management - cioè Cimbri - si ritrova i migliori azionisti possibili: lontani, stabili e troppo deboli per dare fastidio. Potranno forse aver dubbi sull'ennesima aggregazione che le costringe a un aumento di capitale, ma non hanno modo di opporsi.

La cosa è ovvia se si guardano i bilanci. Prendiamo Coop Alleanza 3.0, il maggiore azionista di Unipol col 23,4%: un colosso della grande distribuzione nato nel 2016 dalla fusione di Coop Adriatica, Coop Consumatori Nordest e Coop Estense, a loro volta frutto dell'accorpamento di cooperative più piccole negli anni Novanta.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Fatto Quotidiano

Coop Alleanza 3.0

Ebbene Coop Alleanza 3.0, nata per favorire economie di scala e solidità per aziende che avevano iniziato a produrre voragini di bilancio durante la doppia crisi del 2008-2011, non ha registrato che perdite nelle vendite dei supermercati dal 2016 al 2025: il bilancio, però, negli ultimi tre anni - dopo sei consecutivi di rosso per oltre 750 milioni totali - è tornato in utile (+76 milioni). Merito delle minori perdite del retail, di una buona gestione finanziaria del prestito soci e del settore immobiliare, ma soprattutto dei dividendi di Unipol, che stanno pagando anche la ristrutturazione della rete. L'anno scorso, per dire, Coop Alleanza ha registrato una perdita di 15 milioni nei supermercati, ha remunerato il prestito degli oltre 2,2 milioni di soci, pagato ingenti investimenti e registrato un utile di 38,5 milioni grazie ai 150 milioni arrivati dalle partecipate, 143 dei quali sono il dividendo Unipol. Quest'anno la cedola sarà ancora più ricca: l'assegno supererà i 180 milioni.

Discorso identico per Nova Coop, basata in Piemonte e Lombardia e secondo socio del gruppo assicurativo con il 6,83%, che l'anno scorso ha incassato circa 41 di milioni da Unipol, cifra che quest'anno salirà a 55 milioni. Nel conto economico 2025 la differenza tra valore delle vendite e costi genera un rosso di circa 183 milioni, in larga parte dovuto a svalutazioni, in compenso l'area finanziaria produce utili per 213,5 milioni, grazie ai 41 milioni di dividendi di Unipol e ancor più per operazioni straordinarie proprio sui titoli del gruppo assicurativo. Risultato: 25 milioni di utile. Nel 2024, senza operazioni straordinarie, il rosso operativo era comunque di circa 7 milioni: i proventi finanziari avevano pagato le tasse, coperto le perdite e gli investimenti e garantito un ut

ile di 12 milioni. Senza perdersi in troppe ripetizioni, i proventi finanziari garantiti da Unipol sono fondamentali anche per Coop Lombardia (2,64% del gruppo assicurativo, 16 milioni di dividendi incassati l'anno scorso e 6 milioni di utile a bilancio), mentre un discorso leggermente diverso vale per Coop Liguria (3,57% di Unipol), che nel 2025 ha fatto registrare un piccolo margine operativo dai supermercati: l'utile totale è di 25,3 milioni, la cedola di Cimbr

i di 21,7 milioni. Tra i soci del patto parasociale di Unipol, infine, vanno citate anche le holding. Holmo (6,74%) e Cooperare (4,37%) hanno nel libro soci praticamente tutto quel che resta delle cooperative rosse - a partire da Legacoop - e di fatto nascono per custodire una quota del gruppo assicurativo e presenziarne gli organi di vertice. Nel cda di Unipol - accanto a Cimbri e all'ad Matteo Laterza - siedono il vicepresidente Ernesto Dalle Rive (Nova Coop) e i consiglieri Gianmaria Balducci (Legacoop), Francesco Malaguti (Camst), Carlo Zini (Cmb), Roberto Pittalis (Coop Liguria), Alfredo De Bellis (Coop Lombardia) e Domenico Livio Trombone (Coop Alleanza). Se però Laterza, come dice lo stesso presidente-padrone, "ha la delega per rispondermi al telefono", i boss delle cooperative ormai non hanno nemmeno quella: la mossa su Mps Cimbri l'ha decisa da solo con Carlo Messina di Intesa e con la consulenza (che però nega) dell'ex Mediobanca Alberto Nagel. La finanza, anche nello stagno italiano, non ha più bisogno di color

i, rosso compreso.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Romagna

Area Emilia Romagna

IN ATTESA DAL 2022, IL PASSO AVANTI

«Area Fox al voto in Consiglio in autunno» Così i parcheggi slittano verso il traguardo

Previsti 330 nuovi posti tra le vie Circonvallazione meridionale e Bramante. L'assessore: «Entro fine mese la Coop ci invierà la convenzione, definiti con i legali gli ultimi dettagli» IL PROGETTO DA REALIZZARE A RIDOSSO DEL CENTRO


Rimini

IN ATTESA DAL 2022, IL PASSO AVANTI

«Area Fox al voto in Consiglio in autunno» Così i parcheggi slittano verso il traguardo

Previsti 330 nuovi posti tra le vie Circonvallazione meridionale e Bramante. L'assessore: «Entro fine mese la Coop ci invierà la convenzione, definiti con i legali gli ultimi dettagli»

"Il Nuovo Trionfo" in porto Ecco l'ultimo trabaccolo e il saluto di Cattolica

L'appello della Lipu Rimini: «Balestrucci, nidi a rischio Serve una legge regionale»

Bandiera Blu La cerimonia per il ritorno

ADRIANO CESPI «Entro fine mese la Coop ci invierà la convenzione. Dopodiché, compiuti i vari passaggi amministrativi, in autunno il documento potrà andare al voto del Consiglio comunale».

Sull'area Fox che comprende la costruzione di un nuovo supermercato e la realizzazione di un parcheggio interrato e di un altro a raso per un totale di 330 posti auto, l'assessore ai Lavori pubblici, Mattia Morolli, fa il punto della situazione.

E fissa i tempi e le modalità di conclusione della pratica burocratica.

Che, rispetto alle iniziali intenzioni dell'amministrazione comunale (primavera 2026), evidenzia un chiaro slittamento temporale.

«Lunedì scorso io e il collega Magrini (assessore al Bilancio, ndr), insieme ai tecnici del Comune, abbiamo avuto l'incontro conclusivo coi vertici della Coop e coi loro legali per definire i dettagli della convenzione. Insomma, siamo ormai giunti alla fase finale: per il 30 giugno avremo il carteggio definitivo».

La trattativa Una trattativa quella tra Palazzo Garampi e Coop che va avanti dallo scorso fine novembre. Da quando l'assessora all'Urbanistica, Valentina Ridolfi, in risposta ad un'interrogazione del capogruppo della Lega, Matteo Zoccarato, che chiedeva lumi sul futuro del cantiere bloccato dal 2022, aveva comunicato le intenzioni del privato di voler modificare il progetto. Al punto da arrivare a costruire un supermercato e due impianti di sosta (uno interrato e l'altro a raso), come da progetto iniziale, per poi di cedere la gestione dei parcheggi al Comune. Un cambio di rotta sul quale amministrazione comunale e legali della Coop hanno lavorato per mesi, prima di riuscire a trovare la quadra ed arrivare ad un accordo definitivo.

I passaggi amministrativi «La parte relativa alla sosta - spiega l'assessore Magrini - sarà di nostra competenza. E, infatti, il Comune gestirà direttamente i 330 stalli a pagamento, sia sotterranei che in superficie. Su una novantina di questi, la Coop si riserverà l'uso per i clienti del proprio supermercato, che potranno lasciare l'auto in sosta, gratuitamente, per un'ora mezza.

Per gli altri 210 stalli, che potranno, invece, essere utilizzati da cittadini e residenti del centro, ci sarà obbligo di sosta a pagamento. Le tariffe orarie non le abbiamo ancora fissate.

Questo sarà un passaggio successivo, che arriverà una volta che supermercato e parcheggi saranno costruiti». «Intanto, dobbiamo aspettare che si completino i vari passaggi amministrativi - precisa Morolli : regolamento,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Romagna

Area Emilia Romagna

passaggio in commissione e approvazione del Consiglio comunale, prima che la Coop possa far partire i lavori».
Una vicenda, quella dell'area Fox (ricompresa tra le vie Circonvallazione meridionale e Bramante), che, è bene ricordare, risale a quattro anni fa, quando l'Amministrazione comunale, con delibera del luglio 2021, varò l'operazione supermercato Coop da 1.500 metro quadrati con tanto di parcheggio da 330 posti auto (un impianto interrato, l'altro a raso), di cui 144 pubblici, 94 pertinenziali di uso pubblico per attività di supermercato, e 90 privati ad uso pubblico. Operazione che sarebbe dovuta terminare nel 2022 e che, invece, a metà 2026 è ancora in fase di analisi di progetti e documenti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Parma

Area Emilia Romagna

Evento Ancora un successo per la camminata benefica

Al tramonto sulle colline per una grande Lucciolata


SALSOMAGGIORE

Opposizione
«Miniere termali, stasera in consiglio si prenda una decisione formale sul loro futuro»

Evento Ancora un successo per la camminata benefica
Al tramonto sulle colline per una grande Lucciolata

Spettacolo teatrale all'Art Hotel Pandos

LUNGO IL FIUME
QUESTA SERA ORE 21.00
12 TV PARMA

Lucciolata Sopra il titolo, la partenza della camminata e, qui a destra, il saluto iniziale di organizzatori e autorità.

)) Un fiume di oltre 1150 persone ha illuminato le colline di Marzano per la nuova edizione della Lucciolata, la tradizionale camminata benefica partita dal piazzale del mercato e arrivata fino a piazza Berzieri lungo il classico percorso della «Lucciola».

L'iniziativa, organizzata da «Insieme per la salute» e Confesercenti Salso con la collaborazione di Protezione civile Prociv-arci Salso, Consulta del volontariato, associazione Carabinieri in congedo, associazione Vigili del fuoco in pensione Parma e il patrocinio del Comune, ha unito divertimento e solidarietà a favore dell'ospedale di Vaio: le offerte serviranno all'acquisto di una sonda chirurgica per il reparto di Chirurgia e di un sistema di monitoraggio della funzione cerebrale per Endoscopia digestiva e gastroenterologia.

In apertura i saluti degli organizzatori, insieme al sindaco Luca Musile Tanzi, che hanno ricordato le finalità dell'evento e le numerose donazioni realizzate negli anni a favore dell'ospedale di Vaio. Poi il via. A guidare il serpentone, come sempre, l'inconfondibile Apecar musicale di Stefano Dioni: musica, sorrisi e un'energia contagiosa che ha accompagnato i partecipanti lungo tutto il percorso. A metà strada il ristoro all'agriturismo La Volta ha offerto una pausa rinfrescante, prima dell'arrivo in piazza Berzieri, davanti al caffè Rigoletto, per il ristoro finale.

Spazio poi alle premiazioni dei gruppi più numerosi: primo posto per la Polisportiva salsese, seguita da Salso Volley e Casone. Gli organizzatori hanno rivolto un sentito ringraziamento a tutti i partecipanti, ai volontari e alle realtà che hanno reso possibile l'iniziativa. Un grazie a: Barilla, Rotary club Salsomaggiore, Fondazione Theras, Azienda agricola Km0 di Cattani Valeria, Azienda vitivinicola Torri Massimo e Fabio, Coop Alleanza 3.0, Conserve Italia, Soc. coop. agricola Fiorano di Alseno, Conad Salsomaggiore, Circolo fotografico Zoom, Trattoria Cavallo - La Tortafritteria, i commercianti, Bar 50 special e Stefano, Marco e Ludovico Dioni. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)

Area Emilia Romagna

questa sera al parco pareschi

Un'attrice d'insuccesso e quattro detenute Ciak, si gira 'Il bene comune' di Rocco Papaleo


Cultura& spettacoli

Dai Gatti a 'Vacanze di Natale' Bondeno fa la ola per Jerry Calà

Darsena di note ricordando Maccaferri

Un'attrice d'insuccesso e quattro detenute Ciak, si gira 'Il bene comune' di Rocco Papaleo

Arena Coop Alleanza 3.0 al Parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, presenta Il bene comune di Rocco Papaleo, nuovo film che il regista lucano firma e interpreta, in programma per Cinema Revolution. Il film questa sera alle 21,30, apertura cancelli alle 20,45.

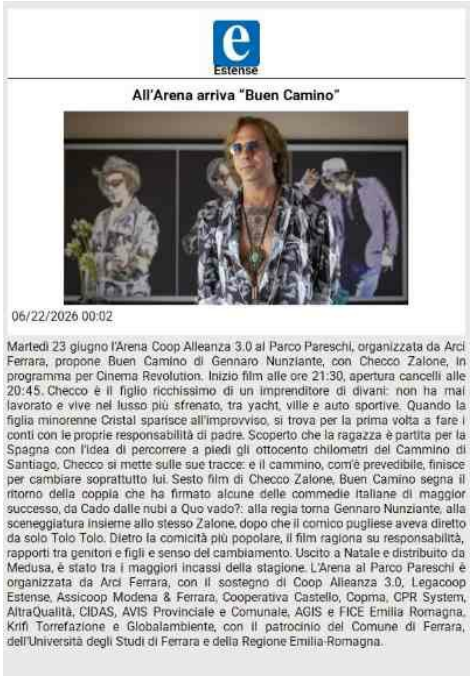
Una guida turistica (Papaleo) e un'attrice d'insuccesso (Vanessa Scalera) accompagnano quattro detenute a fine pena sul massiccio del Pollino, alla ricerca del Pino Loricato, l'albero più antico d'Europa e simbolo di resilienza. Il cammino diventa un viaggio di trasformazione, fatto di incontri, ferite aperte e del bisogno di essere ascoltate, scandito da una musica che cresce passo dopo passo fino a diventare voce collettiva. Finché un evento improvviso non rimette tutto in discussione.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Estense

Area Emilia Romagna

All'Arena arriva "Buen Camino"


Estense

All'Arena arriva "Buen Camino"

06/22/2026 00:02

Martedì 23 giugno l'Arena Coop Alleanza 3.0 al Parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, propone Buen Camino di Gennaro Nunziante, con Checco Zalone, in programma per Cinema Revolution. Inizio film alle ore 21:30, apertura cancelli alle 20:45. Checco è il figlio ricchissimo di un imprenditore di divani: non ha mai lavorato e vive nel lusso più sfrenato, tra yacht, ville e auto sportive. Quando la figlia minorenne Cristal sparisce all'improvviso, si trova per la prima volta a fare i conti con le proprie responsabilità di padre. Scoperto che la ragazza è partita per la Spagna con l'idea di percorrere a piedi gli ottocento chilometri del Cammino di Santiago, Checco si mette sulle sue tracce: e il cammino, com'è prevedibile, finisce per cambiare soprattutto lui. Sesto film di Checco Zalone, Buen Camino segna il ritorno della coppia che ha firmato alcune delle commedie italiane di maggior successo, da Cado dalle nubi a Quo vado?: alla regia torna Gennaro Nunziante, alla sceneggiatura insieme allo stesso Zalone, dopo che il comico pugliese aveva diretto da solo Tolo Tolo. Dietro la comicità più popolare, il film ragiona su responsabilità, rapporti tra genitori e figli e senso del cambiamento. Uscito a Natale e distribuito da Medusa, è stato tra i maggiori incassi della stagione. L'Arena al Parco Pareschi è organizzata da Arci Ferrara, con il sostegno di Coop Alleanza 3.0, Legacoop Estense, Assicoop Modena & Ferrara, Cooperativa Castello, Copma, CPR System, AltraQualità, CIDAS, AVIS Provinciale e Comunale, AGIS e FICE Emilia Romagna, Krifi Torrefazione e Globalambiente, con il patrocinio del Comune di Ferrara, dell'Università degli Studi di Ferrara e della Regione Emilia-Romagna.

Martedì 23 giugno l'Arena Coop Alleanza 3.0 al Parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, propone Buen Camino di Gennaro Nunziante, con Checco Zalone, in programma per Cinema Revolution. Inizio film alle ore 21:30, apertura cancelli alle 20:45. Checco è il figlio ricchissimo di un imprenditore di divani: non ha mai lavorato e vive nel lusso più sfrenato, tra yacht, ville e auto sportive. Quando la figlia minorenne Cristal sparisce all'improvviso, si trova per la prima volta a fare i conti con le proprie responsabilità di padre. Scoperto che la ragazza è partita per la Spagna con l'idea di percorrere a piedi gli ottocento chilometri del Cammino di Santiago, Checco si mette sulle sue tracce: e il cammino, com'è prevedibile, finisce per cambiare soprattutto lui. Sesto film di Checco Zalone, Buen Camino segna il ritorno della coppia che ha firmato alcune delle commedie italiane di maggior successo, da Cado dalle nubi a Quo vado?: alla regia torna Gennaro Nunziante, alla sceneggiatura insieme allo stesso Zalone, dopo che il comico pugliese aveva diretto da solo Tolo Tolo. Dietro la comicità più popolare, il film ragiona su responsabilità, rapporti tra genitori e figli e senso del cambiamento. Uscito a Natale e distribuito da Medusa, è stato tra i maggiori incassi della stagione. L'Arena al Parco Pareschi è organizzata da Arci Ferrara, con il sostegno di Coop Alleanza 3.0, Legacoop Estense, Assicoop Modena & Ferrara, Cooperativa Castello, Copma, CPR System, AltraQualità, CIDAS, AVIS Provinciale e Comunale, AGIS e FICE Emilia Romagna, Krifi Torrefazione e Globalambiente, con il patrocinio del Comune di Ferrara, dell'Università degli Studi di Ferrara e della Regione Emilia-Romagna.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Ravenna24Ore.it

Area Emilia Romagna

Ravenna Festival. Una serata di swing con la Glenn Miller Orchestra e Uli Plettendorff


Ravenna24Ore.it

Ravenna Festival. Una serata di swing con la Glenn Miller Orchestra e Uli Plettendorff

06/21/2026 10:31 Valentina Orlandi

Ti fa oscillare, ti fa battere i piedi, dondolare, gettarti in pista: è lo swing, il ritmo che ha trasformato il jazz e fatto ballare intere generazioni, diventando il suono dominante della musica popolare americana tra il 1935 e il 1945. Per rivivere il periodo d'oro di uno degli stili musicali più sofisticati e cosmopoliti mai creati, l'appuntamento è domenica 21 giugno con la seconda delle notti di Ravenna Festival a Palazzo San Giacomo di Russi. La serata decolla alle 20.30 con Cosimo & the Hot Coals, travolgente jazz band italiana, già virale sui social, che spazia dalla tradizione di New Orleans e dell'Hot Jazz allo Swing degli anni Venti e Trenta. Dopo il loro opening act, la scena è di Swing Forever con la Glenn Miller Orchestra guidata da Uli Plettendorff, incarnazione europea di una delle più grandi big band di tutti i tempi e portatrice di un suono inconfondibile ed elettrizzante, plasmato con precisione tecnica e massima passione. L'appuntamento è reso possibile dal sostegno di Coop Alleanza 3.0. Fu il desiderio di un jazz più orchestrato e ballabile rispetto alle formazioni ridotte delle origini a determinare la nascita dello swing. Quando il jazz cominciò ad espandersi oltre i club di New Orleans e Chicago, raggiungendo radio e sale da ballo, emersero formazioni più ampie - le big band da dodici o sedici elementi. Mentre la Grande Depressione si abbatteva sul sogno americano, il pubblico trovava nel ritmo dello swing conforto e divertimento. La Swing Era fu segnata da leggendari bandleader, come Benny Goodman, e concerti memorabili - come quelli del 1938 alla Carnegie Hall. Artisti come Duke Ellington, Count Basie, Fletcher Henderson e Glenn Miller dominavano le classifiche e scrivevano le regole del genere. In Europa, lo swing influenzò scene locali e sottoculture - alcune di resistenza, come nel caso dei giovani della Swingjugend in Germania che, ascoltando jazz proibito, sfidavano l'ideologia nazista. Lo stesso Glenn Miller morì nel 1944 durante un volo con destinazione Francia, dove avrebbe regalato qualche ora di svago alle truppe. Il suo aereo non completò la traversata, ma la sua musica già conquistava il mondo. Energico come una spallata ai vecchi costumi, seduttivo come l'idea della libertà che rischiarava l'orizzonte mondiale, lo swing ha accompagnato la Liberazione, prima di colonizzare sogni e immaginari a ogni latitudine. Ed è proprio l'eredità europea di quel ritmo americano a essere rappresentata dalla Glenn Miller Orchestra. Già guidata dal jazzista olandese Wil Salden, l'orchestra è ora capitanata da Uli Plettendorff, membro di lunga data dell'ensemble, segnando un passaggio generazionale che punta a mantenere la qualità del suono classico pur introducendo nuovi accenti e vitalità. Sempre in scaletta successi come Pennsylvania 6-5000, American Patrol e, naturalmente, l'universalmente amata Moonlight Serenade - il meglio di Glenn Miller per tutti i gusti. Con il suo repertorio di classici, la qualità interpretativa e lo spirito coinvolgente di una vera big band, la Glenn Miller Orchestra offre un'esperienza

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

che unisce nostalgia e freschezza, celebrando l'eredità di Glenn Miller ma guardando anche al pubblico contemporaneo e alle nuove generazioni di amanti del swing. Amatissimi sui social (milioni di visualizzazioni su TikTok e Instagram, più di un milione di followers ed elogi di artisti come Michael Bublé), Cosimo & the Hot Coals stanno conquistando il pubblico internazionale con uno stile unico, che fonde la passione per l'Hot Jazz e il New Orleans Jazz degli anni Dieci e Venti con il fascino e l'eleganza della canzone italiana. Tra i successi della band anche una lunga lista di collaborazioni con marchi come Coca-Cola, Barilla, Gucci, Montblanc e Fendi. Nell'estate del 2024 il gruppo ha pubblicato il singolo Urla La Campagna, trasmesso anche da Jamie Cullum nel suo programma The Jazz Show(BBC Radio 2). Info e prevendite: tel. 0544 249244 - www.ravennafestival.org Biglietti: posto in piedi 20 Euro; under 18: 5 Euro Dalle 19.30 si rinnova una tradizione molto amata a San Giacomo - gli stand dei cappelletti e della piadina.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

RavennaNotizie.it

Area Emilia Romagna

A Palazzo San Giacomo di Russi, serata Swing Forever


RavennaNotizie.it

A Palazzo San Giacomo di Russi, serata Swing Forever

06/21/2026 12:33

Ti fa oscillare, ti fa battere i piedi, dondolare, gettarti in pista: è lo swing, il ritmo che ha trasformato il jazz e fatto ballare intere generazioni, diventando il suono dominante della musica popolare americana tra il 1935 e il 1945. Per rivivere il periodo d'oro di uno degli stili musicali più sofisticati e cosmopoliti mai creati, l'appuntamento è domenica 21 giugno con la seconda delle notti di Ravenna Festival a Palazzo San Giacomo di Russi. La serata decolla alle 20.30 con Cosimo & the Hot Coals, travolgente jazz band italiana, già virale sui social, che spazia dalla tradizione di New Orleans e dell'Hot Jazz allo Swing degli anni Venti e Trenta. Dopo il loro opening act, la scena è di Swing Forever con la Glenn Miller Orchestra guidata da Uli Plettendorff, incarnazione europea di una delle più grandi big band di tutti i tempi e portatrice di un suono inconfondibile ed elettrizzante, plasmato con precisione tecnica e massima passione. L'appuntamento è reso possibile dal sostegno di Coop Alleanza 3.0. Fu il desiderio di un jazz più orchestrato e ballabile rispetto alle formazioni ridotte delle origini a determinare la nascita dello swing. Quando il jazz cominciò ad espandersi oltre i club di New Orleans e Chicago, raggiungendo radio e sale da ballo, emersero formazioni più ampie – le big band da dodici o sedici elementi. Mentre la Grande Depressione si abbatteva sul sogno americano, il pubblico trovava nel ritmo dello swing conforto e divertimento. La Swing Era fu segnata da leggendari bandleader, come Benny Goodman, e concerti memorabili – come quelli del 1938 alla Carnegie Hall. Artisti come Duke Ellington, Count Basie, Fletcher Henderson e Glenn Miller dominavano le classifiche e scrivevano le regole del genere. In Europa, lo swing influenzò scene locali e sottoculture – alcune di resistenza, come nel caso dei giovani della Swingjugend in

Ti fa oscillare, ti fa battere i piedi, dondolare, gettarti in pista: è lo swing, il ritmo che ha trasformato il jazz e fatto ballare intere generazioni, diventando il suono dominante della musica popolare americana tra il 1935 e il 1945. Per rivivere il periodo d'oro di uno degli stili musicali più sofisticati e cosmopoliti mai creati, l'appuntamento è domenica 21 giugno con la seconda delle notti di Ravenna Festival a Palazzo San Giacomo di Russi. La serata decolla alle 20.30 con Cosimo & the Hot Coals, travolgente jazz band italiana, già virale sui social, che spazia dalla tradizione di New Orleans e dell'Hot Jazz allo Swing degli anni Venti e Trenta. Dopo il loro opening act, la scena è di Swing Forever con la Glenn Miller Orchestra guidata da Uli Plettendorff, incarnazione europea di una delle più grandi big band di tutti i tempi e portatrice di un suono inconfondibile ed elettrizzante, plasmato con precisione tecnica e massima passione. L'appuntamento è reso possibile dal sostegno di Coop Alleanza 3.0. Fu il desiderio di un jazz più orchestrato e ballabile rispetto alle formazioni ridotte delle origini a determinare la nascita dello swing. Quando il jazz cominciò ad espandersi oltre i club di New Orleans e Chicago, raggiungendo radio e sale da ballo, emersero formazioni più ampie - le big band da dodici o sedici elementi. Mentre la Grande Depressione si abbatteva sul sogno americano, il pubblico trovava nel ritmo dello swing conforto e divertimento. La Swing Era fu segnata da leggendari bandleader, come Benny Goodman, e concerti memorabili - come quelli del 1938 alla Carnegie Hall. Artisti come Duke Ellington, Count Basie, Fletcher Henderson e Glenn Miller dominavano le classifiche e scrivevano le regole del genere. In Europa, lo swing influenzò scene locali e sottoculture - alcune di resistenza, come nel caso dei giovani della Swingjugend in Germania che, ascoltando jazz proibito, sfidavano l'ideologia nazista. ADV ADV Lo stesso Glenn Miller morì nel 1944 durante un volo con destinazione Francia, dove avrebbe regalato qualche ora di svago alle truppe. Il suo aereo non completò la traversata, ma la sua musica già conquistava il mondo. Energico come una spallata ai vecchi costumi, seduttivo come l'idea della libertà che rischiarava l'orizzonte mondiale, lo swing ha accompagnato la Liberazione, prima di colonizzare sogni e immaginari a ogni latitudine. Ed è proprio l'eredità europea di quel ritmo americano a essere rappresentata dalla Glenn Miller Orchestra. Già guidata dal jazzista olandese Wil Salden, l'orchestra è ora capitanata da Uli Plettendorff, membro di lunga data dell'ensemble, segnando un passaggio generazionale che punta a mantenere la qualità del suono classico pur introducendo nuovi accenti e vitalità. Sempre in scaletta successi come Pennsylvania 6-5000, American Patrol e, naturalmente, l'universalmente amata Moonlight Serenade - il meglio di Glenn Miller per tutti i gusti. Con il suo repertorio di classici, la qualità interpretativa e lo spirito coinvolgente di una vera big band, la Glenn Miller Orchestra

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

offre un'esperienza che unisce nostalgia e freschezza, celebrando l'eredità di Glenn Miller ma guardando anche al pubblico contemporaneo e alle nuove generazioni di amanti del swing. ADV Amatissimi sui social (milioni di visualizzazioni su TikTok e Instagram, più di un milione di followers ed elogi di artisti come Michael Bublé), Cosimo & the Hot Coals stanno conquistando il pubblico internazionale con uno stile unico, che fonde la passione per l'Hot Jazz e il New Orleans Jazz degli anni Dieci e Venti con il fascino e l'eleganza della canzone italiana. Tra i successi della band anche una lunga lista di collaborazioni con marchi come Coca-Cola, Barilla, Gucci, Montblanc e Fendi. Nell'estate del 2024 il gruppo ha pubblicato il singolo Urla La Campagna, trasmesso anche da Jamie Cullum nel suo programma The Jazz Show(BBC Radio 2). Info e prevendite: tel. 0544 249244 - www.ravennafestival.org Biglietti: posto in piedi 20 Euro; under 18: 5 Euro ADV Dalle 19.30 si rinnova una tradizione molto amata a San Giacomo - gli stand dei cappelletti e della piadina ADV Comment i.

Oggi Treviso

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Il Piave si conferma il fiume più pulito del Veneto


Oggi Treviso

Il Piave si conferma il fiume più pulito del Veneto

06/21/2026 12:26

L'ottava tappa di "Operazione fiumi" promossa da Legambiente fotografa il buono stato di salute del Piave | Isabella Loschi | | Isabella Loschi | MASERADA SUL PIAVE - Il Piave si conferma il fiume con i migliori risultati sul fronte della qualità delle acque in Veneto. È quanto emerge dall'ultima tappa di "Operazione Fiumi - Esplorare per custodire" 2025, la campagna itinerante promossa da Legambiente per monitorare lo stato dei principali corsi d'acqua regionali. L'iniziativa si è conclusa proprio lungo il Piave dopo aver interessato tredici fiumi veneti: Po, Canalbianco, Brenta, Piovego, Brentella, Bacchiglione, Retrone, Fratta Gorzone, Sile, Dese, Livenza, Adige e Piave. Secondo i risultati illustrati dai volontari e dalle volontarie dell'associazione, il fiume mantiene anche quest'anno livelli molto contenuti di sostanze inquinanti, in continuità con quanto già rilevato nella precedente edizione della campagna. Il progetto si è svolto con il supporto tecnico di Arpav, che ha eseguito le analisi dei campioni raccolti sul territorio, con il contributo di COOP Alleanza 3.0 e BCC Veneta Credito Cooperativo e con il patrocinio delle Autorità Distrettuali di Bacino del fiume Po e delle Alpi Orientali. Tutti i dati raccolti saranno presentati in modo organico durante l'evento conclusivo previsto a gennaio. Per il monitoraggio del Piave sono stati individuati sette punti di campionamento distribuiti lungo il corso del fiume: due nel Bellunese, tre nel Trevigiano e due nel Veneziano. Le attività hanno coinvolto i territori di Belluno e Borgo Valbelluna, Susegana, Maserada sul Piave, Salgareda, San Donà di Piave e Jesolo. La presentazione dei risultati si è svolta a Maserada sul Piave in collaborazione con il circolo locale Legambiente Piavenire, davanti ad amministratori, cittadini e operatori dell'informazione. Le rilevazioni effettuate indicano un quadro positivo sotto il profilo microbiologico, con livelli contenuti di contaminazione di origine fecale. Legambiente ricorda comunque che l'indagine rappresenta una fotografia riferita al momento del campionamento e si affianca ai

L'ottava tappa di "Operazione fiumi" promossa da Legambiente fotografa il buono stato di salute del Piave | Isabella Loschi | | Isabella Loschi | MASERADA SUL PIAVE - Il Piave si conferma il fiume con i migliori risultati sul fronte della qualità delle acque in Veneto. È quanto emerge dall'ultima tappa di "Operazione Fiumi - Esplorare per custodire" 2025, la campagna itinerante promossa da Legambiente per monitorare lo stato dei principali corsi d'acqua regionali. L'iniziativa si è conclusa proprio lungo il Piave dopo aver interessato tredici fiumi veneti: Po, Canalbianco, Brenta, Piovego, Brentella, Bacchiglione, Retrone, Fratta Gorzone, Sile, Dese, Livenza, Adige e Piave. Secondo i risultati illustrati dai volontari e dalle volontarie dell'associazione, il fiume mantiene anche quest'anno livelli molto contenuti di sostanze inquinanti, in continuità con quanto già rilevato nella precedente edizione della campagna. Il progetto si è svolto con il supporto tecnico di Arpav, che ha eseguito le analisi dei campioni raccolti sul territorio, con il contributo di COOP Alleanza 3.0 e BCC Veneta Credito Cooperativo e con il patrocinio delle Autorità Distrettuali di Bacino del fiume Po e delle Alpi Orientali. Tutti i dati raccolti saranno presentati in modo organico durante l'evento conclusivo previsto a gennaio. Per il monitoraggio del Piave sono stati individuati sette punti di campionamento distribuiti lungo il corso del fiume: due nel Bellunese, tre nel Trevigiano e due nel Veneziano. Le attività hanno coinvolto i territori di Belluno e Borgo Valbelluna, Susegana, Maserada sul Piave, Salgareda, San Donà di Piave e Jesolo. La presentazione dei risultati si è svolta a Maserada sul Piave in collaborazione con il circolo locale Legambiente Piavenire, davanti ad amministratori, cittadini e operatori dell'informazione. Le rilevazioni effettuate indicano un quadro positivo sotto il profilo microbiologico, con livelli contenuti di contaminazione di origine fecale. Legambiente ricorda comunque che l'indagine rappresenta una fotografia riferita al momento del campionamento e si affianca ai monitoraggi continuativi svolti da Arpav, che restituiscono annualmente un quadro complessivo dello stato ambientale dei bacini veneti. L'obiettivo della campagna resta quello di mantenere alta l'attenzione sul tema della depurazione delle acque attraverso il controllo della presenza di Escherichia coli, batterio utilizzato come indicatore di possibili contaminazioni legate agli scarichi civili. Pur ricordando che in Veneto i fiumi non sono balneabili per disposizione regionale e per motivazioni che non dipendono esclusivamente dalla qualità microbiologica, Legambiente considera il valore di 1000 MPN per 100 millilitri un riferimento utile per orientare il miglioramento della qualità delle acque. Le analisi effettuate sul Piave mostrano concentrazioni molto basse di Escherichia col i, dato che viene interpretato come segnale di una depurazione efficace e di una buona capacità del fiume di gestire il carico derivante dagli scarichi ricevuti. Allo stesso

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

tempo, l'associazione richiama l'attenzione sulla necessità di continuare a tutelare il corso d'acqua rispetto alle derivazioni e agli interventi di modifica morfologica. Per avere un quadro completo sullo stato di salute delle acque, come sempre Legambiente ha analizzato anche il quadro che emerge dai monitoraggi svolti nel 2025 dall'Agenzia Regionale per la Protezione e la Ricerca Ambientale del Veneto. Per la valutazione dello stato ecologico e dello stato chimico del bacino del fiume Piave, nel 2025 sono state monitorate in totale 35 stazioni per il monitoraggio della qualità chimica, 9 stazioni per il monitoraggio della qualità biologica e 14 corpi idrici per la valutazione dello stato morfologico dei corsi d'acqua. Lo stato chimico è risultato "buono" in tutti i corpi idrici fluviali monitorati, in quanto non sono stati rilevati superamenti degli standard di qualità per le sostanze prioritarie e prioritarie pericolose. Inoltre non sono stati rilevati superamenti dei valori medi annui degli inquinanti specifici ad eccezione di AMPA (prodotto di degradazione del Glifosate) nel torrente Teva. "I monitoraggi condotti dalla nostra campagna Operazione Fiumi nelle settimane scorse tanto quanto quelli più ampi condotti da Arpav nel 2025 mostrano che sotto il profilo depurativo e della qualità chimica il fiume sta bene" commenta Francesco Tosato, portavoce della campagna "Operazione fiumi" di Legambiente Veneto. "Sappiamo però che le criticità del fiume Piave sono altre, ovvero derivazioni idrauliche e estrazioni in alveo, questioni che da anni ci vedono impegnati su più fronti. Ne è un esempio la lettera ufficiale ai comuni rivieraschi del Piave, inviata proprio da Legambiente Veneto nel lontano 2021 e purtroppo ancora attuale. Per garantire una maggiore protezione del fiume e la biodiversità che lo attraversa, va rivista in chiave sostenibile la progettazione delle opere presenti e future lungo il suo percorso, oltre allo stop al consumo di suolo nelle aree bagnate dal fiume, indispensabile per mitigare gli effetti del rischio, procedendo al contempo alla pianificazione di interventi per la rinaturalizzazione delle golene". Sul tema della qualità dell'acqua e del problema della pressione antropica lungo il corso d'acqua torna anche Fausto Pozzobon, presidente del circolo Legambiente Piavenire: "Ancora una volta il nostro fiume ha dimostrato una grande capacità di autodepurazione, come dimostrato anche delle nostre uscite didattiche con le scuole durante le quali ci imbattiamo spesso in macro invertebrati la cui presenza è sintomo di buona qualità delle acque. Ben altra situazione è invece l'impatto delle opere antropiche, come le numerose escavazioni per canalizzare il corso del fiume, che provocano un grave approfondimento dell'alveo, non permettendo una buona distribuzione della risorsa idrica nelle falde freatiche, mettendo in crisi tutta l'alimentazione dei fontanili nella Fascia delle Risorgive, sia in destra che in sinistra Piave. Questo si verifica soprattutto nel territorio a sinistra del fiume, dove quasi tutti i torrenti di risorgiva hanno perso chilometri di corso attivo compromettendo il livello di biodiversità della campagna coltivata già aggredita dalla presenza diffusa dei vigneti". Isabella Loschi.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Treviso Today

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Legambiente promuove il Piave: è il fiume più pulito del Veneto


Treviso Today

Legambiente promuove il Piave: è il fiume più pulito del Veneto

06/21/2026 11:57

Presentati a Maserada sul Piave i risultati del monitoraggio scientifico condotto insieme ad Arpav su sette stazioni da Belluno a Jesolo. Il portavoce Francesco Tosato e il presidente Fausto Pozzobon avvertono: «La qualità microbiologica è ottima, ma gli scavi e le deviazioni antropiche minacciano la biodiversità e le risorgive» Si chiude ufficialmente sulle sponde del Piave la campagna itinerante "Operazione fiumi - Esplorare per custodire" che ha visto i volontari di Legambiente monitorare lo stato di salute di tredici corsi d'acqua regionali, tra cui il Po, il Brenta, il Sile e l'Adige. I dati presentati oggi 21 giugno a Maserada sul Piave, frutto del supporto tecnico dell'Arpav e del sostegno di Coop Alleanza 3.0 e BCC Veneta, incoronano proprio il Piave come il fiume più pulito del Veneto, confermando il trend positivo già registrato nelle precedenti edizioni con livelli di inquinamento microbiologico straordinariamente bassi. I monitoraggi, che integrano le costanti analisi annuali dell'agenzia regionale e che vedranno una restituzione globale a gennaio, hanno preso in esame sette punti strategici dislocati lungo le tre province bagnate dal corso d'acqua, offrendo una fotografia nitida della contaminazione da Escherichia coli, il batterio indicatore di insufficiente depurazione degli scarichi civili. I risultati emersi dai campionamenti descrivono una situazione eccellente da nord a sud. Nel bellunese, la stazione di Belluno ha registrato 185 MPN/100ml di Escherichia coli con una temperatura dell'acqua di 11.6°C, un pH di 8.2 e una conducibilità di 450 uS/cm, mentre a Borgo Valbelluna la carica batterica si è attestata a 161 con 12.3°C di temperatura. Scendendo nella provincia di Treviso, i parametri rasentano la perfezione: a Susegana si scende a 41 MPN/100ml, a Salgareda il valore è di appena 10 con una temperatura di 19.1°C, e a Maserada sul Piave si registra il record minimo inferiore a 10 MPN/100ml, con l'acqua a 16.9°C e pH a 7.92. La strabiliante tenuta del fiume si conferma anche nel veneziano, dove sia San Donà di Piave che Jesolo mostrano una presenza di batteri inferiore a 10 MPN/100ml; in queste ultime due stazioni della foce, a fronte di una temperatura di circa 20°C, la conducibilità schizza comprensibilmente oltre i 3999 uS/cm a causa della risalita del cuneo salino dal mare. Si tratta di numeri ampiamente inferiori al limite di 1000 MPN/100mL che Legambiente assume come obiettivo di qualità ideale per l'uso irriguo senza restrizioni e per lo standard sanitario balneare europeo. Questo quadro di pulizia profonda trova sponda anche nei più ampi monitoraggi condotti da Arpav che, analizzando 35 stazioni chimiche e 9 biologiche, ha promosso lo stato chimico del bacino con l'unica eccezione della presenza di AMPA, derivato del glifosate, nel torrente Teva. I nutrienti si mantengono su livelli buoni o elevati, mentre la qualità biologica risente della fauna ittica solo in quattro corsi minori come la Risorgiva Del Fontane Bianche e i torrenti Funesia, Bordina e Sarzana. Sotto il profilo morfologico, l'agenzia

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

promuove la quasi totalità dei 14 corpi idrici analizzati, segnalando lo stato "scarso" solo per il torrente Fium. La pur ottima capacità di autodepurazione delle acque non deve però far abbassare la guardia sui veri problemi strutturali del bacino. «I monitoraggi mostrano che sotto il profilo depurativo e della qualità chimica il fiume sta bene», commenta Francesco Tosato, portavoce della campagna "Operazione fiumi" di Legambiente Veneto, «sappiamo però che le criticità del Piave sono altre, ovvero le troppe derivazioni idrauliche e le estrazioni in alveo. Per garantire una maggiore protezione del corso d'acqua e della biodiversità che lo attraversa, va rivista in chiave sostenibile la progettazione delle opere presenti e future lungo il suo percorso, oltre a imporre lo stop al consumo di suolo nelle aree gagnate dal fiume, procedendo alla pianificazione di interventi per la rinaturalizzazione delle golene». All'allarme si unisce anche Fausto Pozzobon, presidente del circolo Legambiente Piavenire, che sposta l'attenzione sull'impatto della presenza umana: «Se da un lato la buona qualità dell'acqua è testimoniata dalla presenza di macroinvertebrati che mostriamo anche nelle nostre uscite didattiche con le scuole, dall'altro l'impatto delle troppe escavazioni per canalizzare il fiume provoca un grave approfondimento dell'alveo. Questo fenomeno impedisce la corretta distribuzione della risorsa idrica nelle falde freatiche, mettendo in crisi l'alimentazione dei fontanili nella Fascia delle Risorgive, specialmente nel territorio a sinistra del fiume dove quasi tutti i torrenti di risorgiva hanno perso chilometri di corso attivo, compromettendo la biodiversità di una campagna ormai aggredita dalla monocultura dei vigneti».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Affari & Finanza

Controllate e partecipate

LE PROSPETTIVE

Così il risiko muta la mappa degli sportelli mentre il trend è di riduzione

Se l'offerta di Intesa Sanpaolo su Mps andrà a segno, Ca' de Sass e la nuova Bper supereranno il gruppo Iccrea per agenzie e Unicredit scivolerà al 4° posto

Carlotta Scozzari


Così il risiko muta la mappa degli sportelli mentre il trend è di riduzione

Se l'offerta di Intesa Sanpaolo su Mps andrà a segno, Ca' de Sass e la nuova Bper supereranno il gruppo Iccrea per agenzie e Unicredit scivolerà al 4° posto

Carlotta Scozzari

2010

La mappa degli sportelli bancari italiani è destinata a cambiare ancora, dopo il recente "scacco matto" di Intesa Sanpaolo su Montepaschi e all'interno di un generale trend di riduzione delle filiali che prosegue dal 2010. La concitata fase della corsa agli sportelli degli anni Zero, quando si faceva a gara a chi offriva di più per garantirsi presìdi sul territorio (così Mps acquisì Antonveneta, per citare un esempio), si era esaurita dal 2005 al 2010. In quel periodo, senza contare le Bcc, le filiali bancarie erano passate da 31.498 a 33.663 (fonte: Uilca). Da lì in poi, complici i tassi anche sotto zero e la diffusione dei conti online, il calo è stato costante: gli sportelli sono scesi sotto quota 30mila nel 2016 e nel 2024 è stata infranta al ribasso la soglia di 20.000, per arrivare a 19.140 alla fine del 2025. «La desertificazione bancaria - osserva Lando Sileoni, segretario generale della Fabi - non è un effetto inevitabile del progresso, ma una scelta industriale e quindi politica. Da anni le banche chiudono sportelli inseguendo quasi esclusivamente la riduzione dei costi, senza valutare fino in fondo le conseguenze sociali su territori, famiglie, anziani, piccole imprese e comunità più fragili». Dei circa 7.900 comuni italiani, 4.468 alle fine del 2025 risultavano serviti da banche, rispetto ai 5.924 del 2005. «La desertificazione bancaria - sottolinea il segretario generale della Uilca, Fulvio Furlan - è un tema che il nostro sindacato denuncia da tempo e che ci ha visto e ci vede, insieme alla Uil, impegnati in prima linea. La politica, su questo, non può e non deve voltarsi dall'altra parte». A detta di Sileoni, «con la chiusura di sportelli, l'Intelligenza artificiale non c'entra nulla.

Nelle città italiane i sindaci denunciano da tempo i disagi provocati, ma le loro proteste restano troppo spesso confinate a livello locale. I partiti si dichiarano virtualmente preoccupati, ma nessuna iniziativa concreta viene presa. Anche il sindacato, assorbito dalla gestione di riorganizzazioni, esuberi e tutele occupazionali, ha inevitabilmente concentrato molte energie sulle emergenze interne, lasciando sullo sfondo una battaglia che riguarda tutti, anche i partiti politici nazionali. La mobilità sempre più pesante imposta ai bancari e i crescenti disagi per la clientela sono due facce della stessa medaglia. Difendere la presenza bancaria nei territori - conclude il numero uno del primo sindacato italiano - significa difendere coesione sociale, inclusione, occupazione di qualità e sviluppo economico». Considerato che a metà giugno gli sportelli (senza le Bcc) sono già scesi sotto le 19mila unità, è possibile che il trend di riduzione prosegua, ma nell'ambito di un nuovo rimescolamento dei marchi e quindi delle filiali legato alla "fase 2" del risiko. Se, infatti, l'offerta pubblica di acquisto e scambio (Opas) di Intesa su Mps andrà in porto, al gruppo nato tra Milano, Torino e Bergamo andranno 625 sportelli

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

senesi, concentrati in Lombardia (126) e Toscana (134), oltre a 107 unità di Mediobanca. Anche per ragioni di antitrust, Unipol acquisterà poi i restanti 635 sportelli di Mps, con l'obiettivo di unirli alla rete della partecipata Bper e di ribattezzare il gruppo nascente "Banca Monte dei Paschi". La compagnia bolognese metterà sul piatto fino a 3,5 miliardi per le filiali, confermando così che, grazie anche a tassi in crescita, i presìdi sul territorio sono tornati ad avere un valore positivo dopo la fase critica degli anni Dieci. Con gli sportelli, si comprano infatti clienti e raccolta bancaria st

abile. Per Furlan, «va evitato che il risiko bancario aggravi il problema della desertificazione, impoverendo ulteriormente il tessuto sociale ed economico dei territori e aumentando le difficoltà di intere comunità. Ogni operazione di questo tipo porta con sé il rischio di chiusure di filiali e razionalizzazioni dell'organico. I disagi possono andare dall'aumento dei carichi di lavoro per chi si trova già a combattere con pressioni commerciali crescenti al rischio di isolamento per comuni e intere aree del nostro Paese; dall'assenza di un presidio autorizzato e regolamentato per l'erogazione del credito alla mancanza di un servizio essenziale e di una consulenza personalizzata e professionale per la gestione e la tutela dei risp

armi». Se l'Opas di Intesa su Mps andrà a segno, la classifica dei gruppi bancari con più filiali, oggi guidata dal gruppo Iccrea, vedrà salire in testa Ca' de Sass, con 3.027 agenzie sul territorio (contando anche Mediobanca). Al secondo posto subentrerà il nuovo gruppo Bper, con 2.707 sportelli, davanti ai 2.453 di Iccrea, ai 2.251 di Unicredit e ai 1.522 di Ccb. Quest'ultima e Iccrea sono le due big italiane del credito cooperativo, settore che nel tempo ha mantenuto più agenzie sul territorio rispetto alle banche tradizionali: le filiali delle Bcc sono passate dalle 3.603 del 2005 alle 4.430 del 2015 e alle 4.099 di fine 2025. In una recente intervista a Repubblica, Alessandro Azzi, presidente della Federazione lombarda delle banche di credito cooperativo, ha lasciato intendere che il risiko potrebbe aprire spazi per l'acquisizione di agenzie: «Vedo possibile una ripartizione a vantaggio delle Bcc che operano in prossimità degli sportelli eventualmente eccedenti, in base a quella logica di localismo che è la nostra caratteristica, con la missione mutualistica». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa

Controllate e partecipate

si analizzano le offerte di intesa e bpm

Mps, il cda di Siena analizza le offerte Lovaglio stretto tra Castagna e Messina



Intesa Sanpaolo-Unipol o Banco Bpm? Montepaschi è presa tra due fuochi. Dopo le proposte alternative dei due istituti di credito già spuntano le voci di un asse tra Siena e Milano. Oggi si riunisce il consiglio di amministrazione convocato lunedì a Siena per affrontare alcuni aspetti tecnici della fusione tra il Monte e Mediobanca, operazione che l'ad Luigi Lovaglio si è impegnato a realizzare entro l'anno. Ma sul tavolo dei consiglieri finiranno anche i dossier dell'Opas di Intesa Sanpaolo sul Monte e la proposta di nozze alla pari del Banco Bpm.

Secondo indiscrezioni Lovaglio e il suo omologo in Banco Bpm, Giuseppe Castagna avrebbero formalizzato un accordo di riservatezza con l'obiettivo di avviare un vero e proprio negoziato a carte scoperte per valutare il matrimonio. Il tutto per sterilizzare la passivity rule, che impone di sottoporre preventivamente all'assemblea straordinaria degli azionisti qualsiasi azione difensiva nei confronti di un'offerta pubblica. Difficile però - viene fatto notare - che un'operazione straordinaria della portata di una fusione si possa realizzare senza chiedere il parere agli azionisti con un'offerta concreta pendente. Il dato certo finora è che lo scorso 8 giugno Mps ha formalizzato l'intenzione di procedere alla valutazione delle proposte.

Intanto ha precisato che «tutte le attività di integrazione con Mediobanca procedono in linea con quanto annunciato». cla. lui. -.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Libertà

Controllate e partecipate

Francesco Abate ha presentato "Gli Indegni" a Sant'Antonio

L'incontro era inserito nella Festa dei Rebeldes a cura del Gremio Sardo "Efisio Tola"

Manuela Sitzia


Francesco Abate ha presentato "Gli Indegni" a Sant'Antonio

PIACENZA Sabato scorso, a Piacenza, la Cooperativa Sant'Antonio ha ospitato la presentazione dell'ultimo romanzo di Francesco Abate, "Gli Indegni" (Einaudi Stile Libero). L'incontro, inserito all'interno della Festa dei Rebeldes, è stato promosso e organizzato dal Gremio Sardo "Efisio Tola" di Piacenza.

Accanto all'autore cagliaritano, il pubblico ha visto l'importante presenza di Antonio Bacciocchi, storico batterista dei Not Moving e figura di spicco della scena underground italiana, universalmente conosciuto come Tony Face. Introdotto da Manuela Sitzia, il dialogo fra i due autori è stato serrato e appassionante: un autentico ritorno agli anni Ottanta scevro da sentimentalismi e retorica, un riavvolgere il nastro della musicassetta con una Bic.

Al centro della discussione la travolgente storia dei due protagonisti del romanzo, Livio e Anaïs. La loro è una "collisione violenta", un amore tormentato che si consuma tra voglia di libertà e cadute autodistruttive. Una parabola esistenziale che attraversa un intero decennio e si muove tra la Cagliari underground, i concerti di Firenze, i bui e fumosi club di Londra e Parigi, epicentro di una creatività colorata ed esuberante. La storia racconta la transizione epocale dalla spinta propulsiva del punk alle sonorità della prima house music e dell'underground: la nascita dei club alternativi, il fenomeno delle radio libere e la diffusione delle fanzine autoprodotte. Abate analizza questo salto epocale attingendo alla sua lunga esperienza dietro la consolle: proprio la "solitudine in mezzo al rumore" tipica del DJ ha affinato la sua sensibilità artistica, regalandogli quella prospettiva lucida e attenta che oggi caratterizza la sua voce narrativa. L'autore ha raccontato come il romanzo sia nato da una domanda spiazzante della sua editor: chiedendogli «Cosa sogni la notte?» ha scoperchiato un vero e proprio vaso di Pandora di ricordi sopiti. Da lì è scaturito uno stile di scrittura febbrile, dal fiato corto, che si adatta perfettamente all'anarchia e all'urgenza di quegli anni. Il titolo stesso, "Gli Indegni", racchiude l'essenza del libro: una provocazione contro la morale e la società borghese dell'epoca. E se nel libro i protagonisti rivendicano la propria "indegnità" come vero manifesto di ribellione, nella realtà di quegli anni quella stessa urgenza creava connessioni viscerali e autentiche. Tony Face ha infatti ricordato le forti emozioni del 1984, anno in cui con i suoi Not Moving salì sul palco di Milano per aprire lo storico concerto dei Clash, sottolineando l'autentico spirito di fratellanza che si respirava nel dietro le quinte con la leggendaria band britannica. Il racconto di Bacciocchi si è spostato fino all'entroterra sardo, alla partecipazione al mitico "Rock Area" di Tonara, un evento che tra gli anni '80 e '90 ha fatto la storia della scena rock e alternativa sarda e che aveva tra i suoi organizzatori proprio Francesco Abate.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Libertà

Controllate e partecipate

Questa sinergia di vissuti ha permesso di delineare un quadro degli anni Ottanta che smantella lo stereotipo di decennio superficiale e spensierato, troppo spesso ridotto a iconografia pop fatta di abiti fluo e stereo hi-fi. Grazie alle pagine del romanzo e alle testimonianze degli ospiti, i presenti si sono confrontati con il lato oscuro e feroce di quel periodo: una realtà segnata dall'isolamento, da un bullismo non ancora codificato e dal dramma devastante dell'eroina.

Francesco Abate ha definito il romanzo un atto di memoria necessario: un sincero e doloroso tributo a una "generazione cancellata", ai destini spezzati, agli amici persi lungo la strada a causa della droga e dell'AIDS. Salvare dall'oblio chi si è fermato lungo la strada significa anche fare i conti con la complessa sensazione di essere un "sopravvissuto". La generazione degli anni Ottanta ha aperto la via, ma ha pagato un prezzo altissimo per la propria libertà.

Veicolo principale di questa narrazione è stata proprio la musica, colonna sonora dell'incontro.

L'evento, arricchito dalle note dell'ultimo lavoro dei Not Moving (That's all folk!) e dalle sonorità punk rock del Rebeldes, ha permesso ai due ospiti di condividere ricordi personali, aneddoti e riflessioni sulla cultura giovanile di quegli anni davanti a un pubblico variegato e partecipe.

La serata si è conclusa con un momento dedicato al firma-copie coi libri messi a disposizione da Fabiana Manca, mitica libraia della Libreria.Coop. La collaborazione tra Gremio Sardo, Cooperativa Sant'Antonio e l'apporto critico di Tony Face ha trasformato una semplice presentazione editoriale in un momento di autentica condivisione storica e umana, confermando la capacità della grande letteratura di unire geografie distanti sotto il segno delle stesse, universali emozioni.

_Manuela Sitzia

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Messaggero Veneto

Controllate e partecipate

Mazzetto di San Giovanni Domani in largo dei Pecile


C'è un buco nell'asfalto in mezzo a via Veneto Lavori e strada chiusa

Trasferirsi in Australia Giovedì un seminario

Mazzetto di San Giovanni Domani in largo dei Pecile

L'appuntamento Si rinnova domani pomeriggio l'appuntamento con il Mazzetto di San Giovanni, il bouquet di erbe spontanee, ognuna con un preciso significato, offerto come ogni anno, in largo dei Pecile, al tramonto del 23 giugno.

L'iniziativa è figlia dei commercianti dello slargo udinese. Sono loro a offrire il mazzetto in cambio di una piccola offerta che anche quest'anno sarà devoluta all'associazione Fabiola Onlus che aiuta persone e famiglie con gravi oppure gravissimi handicap. La tradizione ha radici antiche: la notte del 23 giugno, la più corta dell'anno, le piante raccolte vanno lasciate alla luce della luna come atto di benedizione pagana. Con l'avvento del Cristianesimo, ancor oggi in certi paesi della Carnia si celebra una messa durante la quale i vari mazzetti raccolti dagli abitanti sono benedetti e conservati nelle case fino all'anno seguente come segno di buona sorte.

Le piante selvatiche saranno distribuite a partire dalle 18.30.

Cornice dell'iniziativa, una mostra mercato - in programma dalle 10 alle 19 - con prodotti artigianali. Novità del 2026, infine, la presentazione alle 17 del libro di Elena Commessatti "Il tempo delle viole", in collaborazione con la libreria Coop Friuli. © RIPRODUZIONE RISERVATA

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nazione (ed. Grosseto-Livorno)

Coop e Cooperazione

Livorno

Fondo Sviluppo Cooperazione Toscana investe in Uniport


Livorno

Giungla dei monopattini in vigore le nuove regole Giovedì Coop in Prefettura

Fondo Sviluppo Cooperazione Toscana investe in Uniport

Il Fondo Sviluppo Cooperazione Toscana (Fondo SCT) investe in Uniport Livorno Società Cooperativa, che lavora nel settore delle operazioni portuali e della logistica integrata nel porto di Livorno.

Si tratta del secondo investimento effettuato dal Fondo, costituito dalla Regione e gestito da SICI - Sviluppo, che in questo caso ammonta a 440 mila euro e si inserisce in una più ampia operazione per un totale 880 mila euro realizzata insieme al co-investitore Coopfond, che punta al rafforzamento patrimoniale della Cooperativa Uniport, al rinnovo della flotta di mezzi industriali e al sostegno del percorso di crescita aziendale. «Il sistema cooperativo - spiega l'assessore all'economia della Regione Leonardo Marras - rappresenta una componente essenziale dell'economia toscana, capace di coniugare crescita, qualità del lavoro e radicamento nei territori. Con il Fondo SCT vogliamo sostenere le imprese cooperative che investono, innovano e rafforzano la propria capacità competitiva». L'operazione a favore di Uniport Livorno «conferma la validità di questo strumento - aggiunge Marras - e testimonia l'attenzione della Regione verso un settore strategico come quello della logistica e della portualità».

Il Fondo SCT è un Fondo di Investimento Alternativo riservato a promozione, consolidamento e rafforzamento patrimoniale delle imprese cooperative.

Soddisfatto Jari De Filicaia, presidente di Uniport : «Questo investimento consolida il patrimponio della Cooperativa e consente di dotarci di mezzi all'avanguardia, per migliorare le performance operative e la qualità del lavoro dei nostri addetti. Ci teniamo a ringraziare particolarmente Legacoop Toscana per il prezioso e apporto fornito durante tutto l'iter, Coopfond per il sostegno e la Regione che, attraverso SICI, dimostra la vicinanza alle realtà locali e ai lavoratori». Conclude: «Questa attenzione al porto di Livorno e ai suoi operatori, conferma una visione da noi condivisa:, ovvero investire nelle imprese e nelle persone è il tratto distintivo di un buon governo del territorio».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Concorrenza GDO

Chiuso in dieci anni l'11% dei negozi di vicinato: Centro-Nord più colpito

La fotografia. Oltre metà dei Comuni senza esercizi di informatica e telefonia Il Sud tiene con il turismo. Ancona, Pesaro e Mantova al top per chiusure

Margherita Ceci


Primo Piano

Chiuso in dieci anni l'11% dei negozi di vicinato: Centro-Nord più colpito

TRENTACINQUE ATENEI, UN APPUNTAMENTO. GLI E-DAYS DI EDUNEXT

Più di 5mila Comuni italiani non hanno negozi di informatica o telefonia, oltre 3mila sono privi di librerie, cartolerie, negozi di giocattoli o di altri prodotti culturali/ricreativi. Ferramenta, vetrine di arredamento e di prodotti per la casa mancano in 2.163 località. Fino ad arrivare all'estremo: 329 Comuni non hanno neanche un esercizio di vendita al dettaglio. È la crisi del commercio di prossimità, che colpisce soprattutto i territori del Centro-Nord, dove il turismo non è riuscito a contenere i trend di lungo periodo che sono dietro la desertificazione (dalla grande distribuzione all'e-commerce). La fotografia territoriale è stata scattata dall'Osservatorio Reciprocità e commercio locale di Nomisma, che ha condiviso con Il Sole 24 Ore il trend degli ultimi dieci anni, Provincia per Provincia. Dal 2015, complessivamente l'Italia ha registrato un calo dell'11,2% dei negozi di vicinato. Un «segnale evidente di centri urbani che si svuotano, di relazioni che si indeboliscono e di comunità che rischiano di perdere i propri tradizionali punti di riferimento - commenta Francesco Capobianco, capo dell'area Public Policy di Nomisma -. Peraltro, il declino del commercio locale non riguarda soltanto l'economia, ma incide direttamente sulla qualità della vita e sulla coesione sociale dei territori». In fondo alla classifica ci sono Ancona (-21,3%), Pesaro e Urbino (-20%) e Mantova (-19,9%). Sotto di loro, altre 27 province registrano diminuzioni superiori alla media nazionale. Di queste, solo due (Bari e Sassari) sono del Sud. Il Mezzogiorno mostra infatti una migliore tenuta, non solo posizionandosi con tutte le Province sotto la media nazionale, ma addirittura segnando, in 11 casi, una variazione positiva rispetto a dieci anni fa (Trapani, Crotone e Napoli in testa). Il trend emerge ora con forza dall'analisi di Nomisma - che prende in considerazione solo il commercio di vicinato, escludendo le attività di alloggi turistici e i benzinai -, ma già si era intravisto dai dati diffusi a marzo da Confcommercio, che aveva rilevato la desertificazione delle imprese dal 2012 al 2025 su 122 Comuni. Anche in quel caso, il Sud aveva dominato il fondo della classifica, mostrando un calo delle attività meno pesante. «La tenuta c'è fino a un certo punto, perché la riduzione di imprese attive rimane - nota il direttore dell'Ufficio studi di Confcommercio, Mariano Bella -. Però risulta più contenuta». I fattori concorrenti sono diversi: «Ci sono gli incentivi - prosegue - come la misura "Resto al Sud" che sostiene l'avvio di nuove attività, o la Zes unica. Non siamo in grado di dire esattamente quanto incidano, ma sicuramente hanno un ruolo». E poi c'è il turismo, che se per alcuni territori rappresenta una criticità, per altri diventa un'importante leva economica: «Nei casi di overtourism delle grandi città si ha un effetto negativo, perché l'afflusso turistico troppo elevato tende a espellere residenti e negozi locali. Ma nei casi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Concorrenza GDO

di undertourism, ovvero quando si rimane sotto la soglia di affollamento sostenibile (quindi nella grande maggioranza delle località italiane), il turismo genera prosperità, sostiene la presenza delle attività garantendo il reddito dei residenti». Per quanto riguarda invece il numero degli addetti, la media nazionale elaborata da Nomisma parla di una crescita del 21,2% negli ultimi dieci anni. Un dato all'apparenza in contrasto con quello dei negozi, ma nella realtà giustificato da settori ad alto bisogno di personale come ristorazione, salute e cura della persona e articoli per l'edilizia, gli unici a non mostrare sofferenza nelle rilevazioni tra 2015 e 2025 (si veda la scheda a fianco). La spinta data da questi comparti all'occupazione è marcata, tanto che in nessuna Provincia italiana si registra un calo di dipendenti. Al contrario, la crescita generalizzata raggiunge vette del 37,2% a Matera, del 36,8% a Sassari e del 35,9% a Siracusa. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Piccolo (ed. Gorizia)

Concorrenza GDO

La crisi dei negozi nell'Isontino Ogni due chiusure un'apertura

A Gorizia 11 iscrizioni di nuove attività a fronte di 25 cancellazioni nel 2025 A Monfalcone il bilancio appare positivo ma soffre il comparto all'ingrosso In tutta la provincia arranca l'abbigliamento con 13 serrande abbassate

FRANCESCO FAIN


Gorizia

La crisi dei negozi nell'Isontino
Ogni due chiusure un'apertura

francesco Fain Il report Due negozi chiudono, uno apre. Ormai è questo il trend del commercio non solo a Gorizia ma in tutta la provincia e, si potrebbe dire, in tutto il resto d'Italia. Il dato emerge limpidamente dalle statistiche su dati Infocamere.

Una ricerca molto interessante perché accende i riflettori su tutti e 25 i Comuni che compongono la provincia isontina. Oltre alla situazione del commercio all'ingrosso (egualmente deficitaria) spiccano i numeri del comparto al dettaglio, i negozi più piccoli, quelli che danno luce e vivacità ai centri urbani.

I numeri Nell'arco del 2025 si sono registrate in tutto l'Isontino 48 iscrizioni a fronte di 87 cessazioni. Le imprese del commercio al dettaglio registrate risultano essere, in tutti e 25 i Comuni isontino, 1.123 di cui attive 1.022.

Focalizziamo l'attenzione sul capoluogo Gorizia, dove invece sono registrate 330 attività che diventano 297 se consideriamo quelle realmente attive.

In un anno, si sono registrate 11 iscrizioni ma non sono riuscite minimamente a compensare le 25 cessazioni. Significa che il trend è superiore rispetto a quanto detto in precedenza: sono, cioè, più di due i negozi che chiudono a fronte di una sola apertura.

È un problema generalizzato, certamente, che non riguarda soltanto Gorizia, questo va detto: basta guardare la situazione che si presenta, ad esempio, a Udine dove c'è un sfilza di serrande abbassate in pieno centro storico.

Restando nel capoluogo isontino, non migliore la situazione delle imprese del commercio all'ingrosso: sono state cinque le iscrizioni mentre le cancellazioni (13) più del doppio, quasi il triplo.

La controtendenza Appare in controtendenza, come evidenziato nel grafico a fianco, il dato di Monfalcone che ha mantenuto il segno "più" con 18 aperture a fronte di 14 cancellazioni sul fronte dei piccoli negozi. A fare da traino gli imprenditori stranieri. In questo caso, parliamo di 301 attività registrate, di cui attive sono 273.

Spostando, invece, l'attenzione sul comparto del commercio all'ingrosso, nella città dei cantieri sono state 6 le iscrizioni e 8 le cancellazioni. In questo caso, il bilancio è negativo.

L'area Collio Cormòns è il cuore indiscusso del Collio e l'anima della Comunità, la "mini-Provincia" che raggruppa dieci municipalità. E nella cittadina collinare il trend è perfettamente in linea con

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Piccolo (ed. Gorizia)

Concorrenza GDO

l'andamento di tutto l'Isontino.

A Capriva del Friuli zero iscrizioni e una cessazione, a Dolegna nessuna apertura e nessuna chiusura che, poi, è lo stesso dato (scarno) che si è registrato a Mossa dove, da parecchi anni ormai, non c'è nemmeno più un supermercato e l'offerta commerciale si sorregge su poche "eroiche" attività. E si potrebbe continuare con Moraro (che vede, però, un'iscrizione a fronte di zero cancellazioni), Medea (zero aperture, due chiusure), Romans d'Isonzo e chi ne ha più ne metta. I dati del territorio Gradisca d'Isonzo vanta 56 attività commerciali registrate di cui 51 attive e, secondo i numeri Infocamere, a fronte di zero iscrizioni ci sono state due cancellazioni. Parità assoluta a Ronchi dei Legionari che chiude con il risultato 6-6 anche se non parliamo di una partita di calcio dall'esito tennistico. Da citare il dato di Villesse, non foss'altro perché è il paese che ospita sul proprio territorio il grande centro commerciale Tiare shopping.

Ma non si vedono conseguenze nefaste o peggiori rispetto al resto dell'Isontino: zero iscrizioni, una cancellazione.

Le tipologie Continuano a risultare in decremento gli esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari, bevande e tabacchi (89 attivi, 7 iscrizioni e 12 cancellazioni) e, fra gli specializzati, i negozi di frutta e verdura (3 aperture contro quattro chiusure), di pane, pasticceria e dolciumi (zero iscrizioni, due cancellazioni), di elettrodomestici e apparecchi radio-televisivi (nessuna apertura ma anche nessuna chiusura). Un segno "più" ma molto parziale e purtroppo irrilevante per ciò che concerne i piccoli supermarket (un'apertura contro zero chiusure) mentre va registrato, ahinoi, il calo del commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento con 4 nuove attività mentre sono 13 quelle che hanno abbassato le serrande. Questo è l'effetto diretto del calo dei consumi, determinato dal fatto che le famiglie hanno sempre meno denaro a disposizione, schiacciate dall'aumento dei prezzi, dalle bollette e dai costi fissi. Ed è così che tanti centri urbani appaiono intristiti a causa delle tante (troppe) serrande abbassate con diversi negozi chiusi prematuramente e vetrine rimaste al buio. Questo è il panorama che caratterizza un po' tutto l'Isontino e un po' tutta la regione Fvg. © RIPRODUZIONE RISERVATA lacontabilità Nel capoluogo registrate 330 imprese e attive 297 Il caso villesse Il piccolo paese non sembra soffrire la presenza di Tiare shopping.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

L'Economia del Corriere della Sera

Concorrenza GDO

Rendimenti interessanti e flusso di clienti costante: un asset sempre più attrattivo per i capitali. Ma serve uno scatto. Pupillo, direttore di Mapic: «i retail park devono diventare generatori di contenuti, legati alle community digitali»

PARCHI COMMERCIALI NON SOLO SHOPPING VENDIAMO ESPERIENZE

SERENA BURIONI


Rendimenti interessanti e flusso di clienti costante: un asset sempre più attrattivo per i capitali. Ma serve uno scatto. Pupillo, direttore di Mapic: «i retail park devono diventare generatori di contenuti, legati alle community digitali»

PARCHI COMMERCIALI NON SOLO SHOPPING VENDIAMO ESPERIENZE

5,9%

1,2%

+3,5%

IL TUO MUTUO
A PORTATA DI MANO

MutuiOnline.it

il retail gode di ottima salute. E gli asset più resilienti sono i retail park, ovvero i complessi commerciali all'aperto, situati di solito in periferia, formati da grandi negozi indipendenti che condividono un ampio parcheggio comune e altri servizi.

L'edizione dei dieci anni del Mapic Italy dello scorso maggio, per la prima volta a Rho Fiera Milano, ha confermato il trend positivo del settore: oltre 2.200 partecipanti (+10% rispetto al 2025), oltre 900 retailer e 81 espositori (+12% rispetto allo scorso anno) provenienti da tutti il mondo.

«I trend globali emersi dall'ultimo Mapic a Milano delineano chiaramente tre chiavi di lettura strategiche per il futuro del settore spiega Francesco Pupillo, direttore di Mapic e Mapic Italy . Il primo elemento è l'estrema selettività nelle scelte degli operatori: gli investitori continuano a scommettere sul retail, ma concentrandosi in modo mirato su asset prime o su format agili come i retail park».

Il secondo pilastro è «la differenziazione, diventata ormai indispensabile per rendere gli spazi commerciali unici e capaci di generare traffico prosegue Pupillo . Infine, il terzo grande trend è l'impatto decisivo delle strategie di influenza e dei social media, fondamentali per intercettare la Generazione Z. Oggi un asset immobiliare non è più solo un contenitore commerciale, ma un generatore di contenuti che deve saper dialogare direttamente con le community digitali per attrarre i visitatori nel mondo fisico». La geografiaTra i vari segmenti del settore, con un tasso di sfitto all'1,2% il più basso tra tutte le asset class del retail e i capitali esteri tornati protagonisti, sono i parchi commerciali la fascia di mercato con la maggiore tenuta in Europa. Questo è quanto emerge dal report «Retail Parks in Europe Special Focus Mapic 2026» che copre sette principali mercati europei.

Nella distribuzione della superficie lorda affittabile dei parchi commerciali in Europa, il Regno Unito domina il settore con l'area più ampia, raggiungendo un totale di 10,2 milioni di metri quadrati. Seguono a distanza la Francia e la Germania, che registrano rispettivamente 7 e 6,3 milioni di metri quadrati.

L'Italia si posiziona nella fascia intermedia con 4,6 milioni, trainata quasi interamente da capitali stranieri e tallonata dalla regione dei Paesi nordici a quota 4,5 milioni. La Spagna e l'area del Benelux presentano dimensioni di mercato identiche, attestandosi entrambe a 3,6 milioni di metri quadrati. La Polonia chiude questa classifica europea con il valore più contenuto del gruppo, pari a 3,2 milioni di metri quadrati. «La vera scommessa per il futuro prossimo sarà l'evoluzione dei retail park conferma

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Pupillo . Se tradizionalmente, in Italia, questi spazi sono nati come mere adiacenze tecniche ai centri commerciali, guardando all'Europa assistiamo oggi a una profonda trasformazione architettonica e di posizionamento: i retail park stanno diventando formati evoluti, a cielo aperto e ad alta attrattività per brand premium, capaci di coniugare un'estetica curata con costi di gestione e leasing decisamente più efficienti e competitivi».

Praticità e gestionel retail park mantengono una forte stabilità economica grazie a una combinazione vincente di convenienza per i consumatori e vantaggi per gli esercenti. Attirano una clientela costante, focalizzandosi su prodotti essenziali a prezzi competitivi e offrendo un'esperienza d'acquisto estremamente pratica, caratterizzata da facile accesso, ampi parcheggi e integrazione con i servizi digitali (come il«click-and-collect»). Sul versante aziendale, garantiscono costi di gestione e canoni di locazione inferiori rispetto ai centri commerciali tradizionali. Per quanto riguarda la ripartizione degli investimenti europei per classe di asset, il «Retail Warehousing» (include i retail park) conquista la quota maggioritaria del 41%, confermandosi l'asset più attrattivo per gli investitori. Segue il settore «High Street» (34%): i negozi delle vie commerciali principali e del lusso registrano ottime performance, trainati dal turismo e dallo shopping fisico premium. Chiudono la classifica gli «Shopping Centres» (25%) che mantenendo una rilevanza significativa nel mercato europeo.© RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Concorrenza GDO

FAGIOLI, BIRRA E «PIZZONE» INTAVOLA IL MITO DI BUD SPENCER

La famiglia Pedersoli ha creato Bud Power, prodotti alimentari ispirati al celebre personaggio. Obiettivo, 15 milioni nel 2026

FRANCESCA GAMBARINI


BRAND & IDEE

FAGIOLI, BIRRA E «PIZZONE»
IN TAVOLA IL MITO DI BUD SPENCER

La famiglia Pedersoli ha creato Bud Power, prodotti alimentari ispirati al celebre personaggio. Obiettivo, 15 milioni nel 2026

di FRANCESCA GAMBARINI

Bud Spencer, al secolo Carlo Pedersoli, il «gigante buono» del cinema italiano, icona dei film spaghetti western, ci lasciava dieci anni fa. Oggi a ricordarlo c'è una grande festa-tributo che prende il via venerdì prossimo 26 giugno a Roma e durerà tre giorni, al parco di divertimenti Cinecittà World: riunirà fan da tutto il mondo legati dall'affetto per l'attore e per i suoi film.

Ma a tenere vivo il mito e la narrazione intorno a questo personaggio leggendario ci stanno pensando anche gli eredi di Pedersoli, i nipoti Alessandro e Carlo, rispettivamente classe 1992 e 1993, con la loro Bud Power, il progetto nato nel 2022 e ispirato alla storia e alle avventure - anche a tavola - di Bud Spencer. Fagioli, naturalmente, e poi birra, pizza, ora anche piatti pronti, la mitica trippa e i nuovi snack ai legumi, nati in collaborazione con Fiorentini, l'azienda dei famosi triangolini: sono questi i prodotti che fanno capolino nei supermercati di tutta Italia, riconoscibilissimi grazie al «faccione» del buon Bud che campeggia sul packaging.

Fatturato 2025 a otto milioni di euro, con un ebidta del 15%, la società è già in utile dal 2024 e prevede di toccare i 15 milioni di ricavi quest'anno, grazie a una marcia positiva di numeri e vendite che confermano la bontà del progetto. «A mio nonno dobbiamo tanto - racconta emozionato Alessandro Pedersoli -, è stata un figura forte e positiva per tutta la famiglia e ci h a ispirati in molti modi. Mio padre infatti è produttore cinematografico, mio fratello lo ha seguito nello sport, il nuoto, io nel suo lato più creativo e imprenditoriale. E poi ci sono i fan, che ci scrivono da tutto il mondo: Brasile, Cina, Medio Oriente». Un'eredità forte, a cui la famiglia ha deciso di dare continuità. «Io ho avuto una precedente esperienza con una startup di orologi che ho creato quando ero all'università - prosegue Pedersoli -. I fan del nonno avevano spontaneamente creato un merchandising legato ai film del nonno, noi abbiamo deciso di registrare il marchio nel 2015, poi abbiamo deciso di mettere a sistema l'idea della linea per la tavola».

Non «solo» una proposta di prodotti alimentari, ma una sorta di progetto valoriale che riprende le caratteristiche del «gigante buono»: forza, ironia, semplicità e spirito di condivisione. Dice l'imprenditore: «Abbiamo fatto molte prove sui prodotti prima di trovare quelli giusti - spiega l'imprenditore -, li abbiamo fatti testare ai fan, che hanno anche partecipato all'equity crowdfunding attraverso il quale abbiamo raccolto 200 mila euro. Grazie a un aumento di capitale da parte di investitori privati di 750 mila euro abbiamo avviato la società. Siamo partiti dal brand, ideiamo internamente le ricette, il design del prodotto e il packaging, mentre per la produzione ci affidiamo ad aziende italiane, non potremmo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

fare altrimenti».

Le iconell prodotto di punta sono i fagioli, proposti in tre referenze: da soli fanno il 70% delle vendite dell'azienda. «La quota di mercato dei fagioli Bud Power è pari al 65% del totale dei contorni, siamo tra i primi in Italia e quest'estate raggiungiamo i dieci milioni di lattine prodotte dal 2022 - fa i conti Pedersoli -. Nella proposta non potevano mancare la birra e il "pizzone", omaggio alle origini napoletane del nonno». Oggi il brand, secondo le stime di Pedersoli, ha una distribuzione ponderata nella grande distribuzione, da Carrefour a Esselunga, da Conad alle altre insegne più note, pari al 85%. Quella con Fiorentini è la prima collaborazione con un «big» e, dice Pedersoli, «ne valuteremo altre, se portano valore aggiunto, ma non daremo in licenza il brand». Che continuerà quindi a crescere in famiglia. L'azienda è controllata al 54,7% dalla holding dei Pedersoli, Ikigai (azionisti i fratelli Carlo e Alessandro con il 29,27% ciascuno e il padre Giuseppe, amministratore, con il 41,4%). Tra gli altri soci anche il cugino Nicolò Demaro con la holding Monte Cristo (16%). «Nel medio termine guardiamo allo sviluppo all'estero, dove siamo già presenti, soprattutto nell'Est Europa - conclude Pedersoli -. L'altra novità di quest'anno sono le ricette pronte, come la Trippa alla Trinità: un piatto molto amato dal nonno. Pensiamo possa incontrare anche il gusto dei giovani di oggi. Sarebbe un'ulteriore prova della validità del progetto. Ora però pensiamo al tributo che sta per iniziare: un'altra occasione per incontrare i fan, cosa che continuiamo a fare con grande affetto perché per noi è un onore tramandare e far crescere il mito di Bud».© RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica (ed. Torino)

Concorrenza GDO

Carrefour, i sindacati attaccano "Mastrolia pensi ai lavoratori"

Filcams, Fisascat e Uiltucs respingono le accuse del presidente di NewPrinces e proclamano immediatamente lo stato di agitazione nei negozi di Torino e provincia

MASSIMILIANO SCIULLO


Carrefour, i sindacati attaccano "Mastrolia pensi ai lavoratori"

Filcams, Fisascat e Uiltucs respingono le accuse del presidente di NewPrinces e proclamano immediatamente lo stato di agitazione nei negozi di Torino e provincia

Prosegue, con toni anche accesi, il botta e risposta tra i vertici di Carrefour (oggi sotto le insegne di NewPrinces) e i sindacati che avevano proclamato uno sciopero nella giornata di sabato presso il punto vendita di Le Gru lamentando, tra le altre cose, problemi legati a carichi di lavoro e impianto di condizionamento.

A stretto giro di posta è arrivata sulle pagine di Repubblica la replica del presidente di NewPrinces, Angelo Mastrolia, che ha preso le distanze dall'iniziativa sindacale dicendo anzi che si trattava di motivi pretestuosi e annunciando la chiusura dei rapporti sindacali con le sigle di Filcams Cgil e Uiltus. E proprio queste due, insieme a Fisascat Cisl, controreplicano al patron di Carrefour con un comunicato unitario: «Da quando è iniziato il percorso di vendita di Carrefour Italia al gruppo New Princes, le organizzazioni sindacali Filcams, Fisascat e Uiltucs non hanno avuto il piacere di incontrare il dottor Mastrolia di persona: si manifesta unicamente telefonicamente, in videoconferenza o a mezzo stampa». E aggiungono: «Come sindacati unitariamente, in modo coerente e continuativo, a livello nazionale e a livello territoriale, abbiamo posto le criticità strutturali della rete vendita Carrefour, alla vecchia proprietà così come alla nuova. Una rete vendita con negozi vecchi ed inadeguati sia per lo svolgimento del lavoro che per la clientela a partire dalle condizioni climatiche, freddo in inverno, caldo, troppo caldo in estate. Condizioni che rendono il lavoro impossibile e che negli ultimi giorni sono diventate inaccettabili tanto da far sorgere scioperi spontanei organizzati direttamente dalle rappresentanze interne ai punti vendita».

L'iniziativa a Le Gru, peraltro, non sarebbe l'unica: «Nell'ultima settimana, nella provincia di Torino, ci sono stati due scioperi per le condizioni climatiche, il primo presso il punto vendita di Chivasso, proclamato da Fisascat Cisl e Uiltucs Uil, semplicemente in quanto presso quel punto vendita la Filcams non ha rappresentanza mentre il secondo sciopero, quello di sabato a Grugliasco, indetto da Filcams e Uiltucs, è la Fisascat a non aver rappresentanza. Il signor Mastrolia, piuttosto di tentare di rompere il fronte sindacale e di pensare al solo profitto che quest'operazione commerciale gli potrà rendere, dovrebbe preoccuparsi maggiormente delle condizioni di lavoro dei suoi dipendenti leggendo meglio le dichiarazioni di sciopero delle rappresentanze sindacali». E aggiungono: «Chiediamo da tempo un piano industriale chiaro - concludono - che consenta un rilancio dei negozi ed un lavoro dignitoso. Filcams, Fisascat e Uiltucs di Torino ritengono gravi le affermazioni rese da Mastrolia e fuori da ogni logica imprenditoriale, pertanto si riservano di valutare ogni possibile azione sia legale che sindacale e

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

proclamano da subito l'apertura dello stato di agitazione dei negozi Carrefour di Torino e provincia».
©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Mattino di Padova

Concorrenza GDO

Il Centro Giotto si rifà il look «Sarà più bello e accogliente»

I lavori di riqualificazione dovrebbero concludersi entro la fine dell'estate

FELICE PADUANO


Padova
Il commercio
Ormesini in piazza dei Frutti nasce la bottega delle essenze
Il Centro Giotto si rifà il look «Sarà più bello e accogliente»
I lavori di riqualificazione dovrebbero concludersi entro la fine dell'estate
Restyling a Padovaland «Ancora più ospitale»
Giovani imprenditori a confronto in città

felice Paduano La ristrutturazione Il Centro commerciale Giotto, inaugurato nel 1989 come primo ipermercato in città, tra l'altro nello stesso periodo in cui a Mortise veniva aperto, dalla Confesercenti, un altro centro commerciale, si rifà il look. Un restyling che prevede un grande intervento sulla parte anteriore riguardante la parete dipinta in giallo del centro commerciale; spazio che somiglia a un sottomarino con gli oblò; quindi anche sul lato posteriore dell'edificio, quello che si affaccia verso via colonnello Galliano. Ma la ristrutturazione riguarderà anche l'interno con pareti e spazi rinnovati dei negozi e dei locali presenti in tutti i tre piani della struttura. Attualmente i negozi e i locali che fanno parte del consorzio centro Giotto sono 60. Tra loro ci sono anche Ovs, Feltrinelli, Bettin Pianoforti, Pittarosso, Tim, e il ristorante con cucina giapponese Ginza.

I lavori I lavori di ristrutturazione del Centro commerciale della Stanga sono cominciati circa un mese fa e dovrebbero terminare entro la fine dell'estate.

Nessun tipo di disagio dovrebbe manifestarsi per i clienti. Le attività commerciali resteranno infatti sempre aperte con l'orario previsto, vale a dire da lunedì al sabato dalle 9 alle 20.30 e dalle 10 alle 20 nei giorni festivi. Mentre nel supermercato Conad (che ha preso già da diversi anni il posto del supermercato francese Auchan) l'apertura nei feriali è dalle 8.30 alle 21 e nei festivi dalle 8.30 alle 20. Le voci «Tutti gli associati sono entusiasti del progetto di riqualificazione della struttura. Il Centro Giotto, a lavori ultimati, sarà più bello, accogliente, più moderno, efficiente e sostenibile», spiega Stefano Rigassio, contitolare della tabaccheria al primo piano. «Sono anni, ormai, che l'ipermercato sta vivendo di fatto una nuova stagione dopo avere superato una volta per sempre l'immagine che, suo malgrado, aveva negli anni in cui c'era ancora il ghetto di via Anelli. Attualmente arrivano clienti anche da fuori quartiere. Inoltre tra un anno e mezzo dovrebbe essere operativa anche la nuova linea del tram, la Sir2. Si potrà, dunque, venire dalla stazione ferroviaria e da Ponte di Brenta in pochi minuti. A 500 metri ci sarà anche la nuova Questura. Tutto insomma fa presagire in un ulteriore e definitivo rilancio», aggiunge il commerciante. Ma c'è anche chi ricorda gli anni in cui il Centro Giotto fu edificato, ovvero alla fine degli anni '80. «Nel 1989 era sindaco Paolo Giaretta, che faceva parte della sinistra Dc con Nuovo progetto», sottolinea l'avvocato Alberto Cartia. Che riprende: «Assessore all'urbanistica era il socialista Sandro Faleschini, mentre io ero consigliere comunale e facevo parte della commissione urbanistica. Il nuovo edificio, che confina anche con via Martiri Giuliani e Dalmati, andò a occupare gli spazi dove c'erano la concessionaria e l'officina dell'Alfa Romeo». Ma c'è anche chi, come Angelo Turiaco, sostiene che i lavori di ristrutturazione, abbinati a quelli del tram «portino meno clientela

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ai negozi del centro». © RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Giornale Di Vicenza

Concorrenza GDO

Musei, giardini e supermercati Caccia al refrigerio in città Ma ora si rischiano i 38 gradi

Per la giornata di oggi il Centro funzionale decentrato della Protezione civile ha dichiarato l'allerta gialla per il caldo


Cronaca di Vicenza

Musei, giardini e supermercati
Caccia al refrigerio in città
Ma ora si rischiano i 38 gradi

Boom di accessi al pronto soccorso

Quando la casa è un forno e una fuga al mare o in montagna è impossibile non c'è che una soluzione: uscire e andare alla ricerca di luoghi ed edifici dove si possa stare meglio, per "scroccare" un po' di fresco. Regole di sopravvivenza in un mese di giugno torrido e che non promette niente di buono, visto che gli esperti annunciano temperature ancora in salita.

Caccia al fresco gratis. Nella mappa cittadina i primi ad essere presi di mira sono sicuramente i supermercati e i centri commerciali. Del resto sono proprio loro i primi a lanciare l'invito. È il caso del Famila. «Fa caldo e ne farà sempre di più - il post sui social della catena -. Quindi volevamo dirvi che non giudichiamo se entrate solo per scroccare l'aria condizionata». Anche per chi cerca invece un po' più di tranquillità e magari ne vuole approfittare per scoprire arte e cultura non c'è che l'imbarazzo della scelta. Dalla visita a una chiesa a una mostra al museo. Ecco quindi la mostra in Basilica palladiana, ma anche Olimpico e palazzo Chiericati. Edifici antichi e palazzi storici sono in grado di regalare temperature decisamente più sopportabili. E chi invece non può rinunciare al piacere di stare all'aria aperta ecco il nuovo giardino di San Biagio; una piccola oasileggermente più fresca - in mezzo al cemento -. Espedienti che, anche nei prossimi giorni, si riveleranno indispensabili. Anche per la giornata di oggi, infatti, il Centro funzionale decentrato della Protezione civile del Veneto ha dichiarato l'allerta gialla (fase operativa di attenzione) per il caldo.

Tra oggi e domani la temperatura salirà ancor di più sia in pianura che in montagna, portandosi su livelli estremi e assolutamente anomali per la terza decade di giugno. Già a fine maggio si era arrivati a 35 gradi. Ora il rischio concreto è di raggiungere i 38 gradi. Caldo torrido di giorno e notti tropicali, che non concederanno tregua perché la temperatura non scenderà sotto i venti gradi.

Caldo eccezionale anche in montagna: lo zero termico salirà portandosi addirittura al di sopra dei 4500 metri di altitudine su quasi tutta la Penisola: grazie al fortissimo soleggiamento e alla compressione della colonna d'aria esercitata dall'alta pressione, per tutta la prossima settimana registreremo temperature diurne sempre superiori a 35 gradi. Possibile un attacco al record termico mensile del giugno 2019, quando in città vennero raggiunti i 38,2 gradi.

Cambierà? Chi attende con ansia piogge e temporali rimarrà deluso.

Non si intravede alcun cedimento del promontorio subtropicale. G.Arn.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Affari & Finanza

Economia, consumi e società

Alimentare

Anno record per il latte ma pesano dazi e costi della filiera

Il fatturato sale e l'Italia diventa secondo esportatore caseario al mondo: numeri brillanti messi a rischio nel 2026 da prezzi in caduta del mercato americano che rallenta e peso della logistica in aumento

GIULIA CIMPANELLI


FOOD ECONOMY
MADE IN ITALY

Il fatturato sale e l'Italia diventa secondo esportatore caseario al mondo: numeri brillanti messi a rischio nel 2026 da prezzi in caduta del mercato americano che rallenta e peso della logistica in aumento

Alimentare
Anno record per il latte ma pesano dazi e costi della filiera

Il 2026 sarà un anno difficile per il comparto lattiero-caseario. Eppure i numeri raccontano un'altra storia: fatturato record a 28,5 miliardi di euro, export a 6,7 miliardi, bilancia commerciale dei formaggi positiva per 3 miliardi, e l'Italia che diventa secondo esportatore caseario per valore nell'extra-Ue. «In questo presente segnato da luci e ombre, possiamo affermare con orgoglio che le nostre imprese hanno raggiunto risultati straordinari», ha dichiarato Paolo Zanetti, presidente di Assolatte, lo scorso 18 giugno aprendo a Milano l'81esima assemblea annuale dell'associazione che rappresenta il 90% del fatturato del comparto. Ma dietro i numeri brillanti si nasconde una complessità: prezzi del latte in caduta, mercato americano che rallenta, logistica cara. E una filiera che resta più costosa di quella dei concorrenti europei. Il lattiero-caseario è il primo settore del Made in Italy alimentare: 9% degli addetti con oltre 43.000 lavoratori. Nel 2025 sono state consegnate alla trasformazione 13,5 milioni di tonnellate di latte vaccino (+2,1% rispetto all'anno precedente), consolidando l'Italia al quinto posto in Europa con una quota del 9,1%. Sul fronte internazionale le cifre sono da primato. Con oltre 2 miliardi di euro di esportazioni extra-Ue l'Italia si posiziona come secondo esportatore caseario mondiale. Eppure proprio qui si nasconde una delle fragilità del momento: «Gli Stati Uniti mercato cruciale per i formaggi stagionati e in particolare per il pecorino segnano un meno 11% nel primo trimestre 2026. L'incertezza sui dazi ha raffreddato la domanda», commenta Massimo Forino, direttore dell'associazione di categoria. La principale preoccupazione del 2026 è la caduta delle quotazioni del latte. Al primo giugno il prezzo spot si attesta intorno ai 40 centesimi al litro, in risalita rispetto ai 25 centesimi di inizio anno ma distante dai 60 centesimi dei periodi migliori. In alcune fasi le quotazioni sono calate del 50% rispetto ai picchi recenti. Il meccanismo è classico: il latte veniva remunerato così bene da incentivare un'espansione della produzione che il mercato non ha saputo assorbire. La sovraproduzione ha fatto il resto. È in questo contesto che si inserisce la voce di chi quella forbice la sente in modo più acuto. La Cooperativa assegnatari associati Arborea terzo produttore nazionale di latte Uht, leader in Sardegna, 267 milioni di fatturato nel 2025 con una crescita del 9% riconosce ai soci conferitori 60 centesimi al litro iva inclusa, molto più rispetto al prezzo spot nazionale. Una scelta precisa, dettata dalla natura cooperativa e dalla necessità di tenere in vita un intero sistema. «Il rischio è non avere più latte da trasformare se i nostri allevatori chiudono», avverte Remigio Enrico Maria Sequi, presidente e ad della realtà sarda che quest'anno celebra i 70 anni di attività. E per una cooperativa

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

senza scopo di lucro che lavora esclusivamente latte sardo, sostenere la filiera non è opzione: è condizione di esistenza. C'è poi il nodo degli incentivi che resta irrisolto per chi produce nel settore primario. Sequi è diretto: «Ci troviamo a investire per forza, ma senza aiuti. Chiediamo equità di trattamento: non è possibile dare questi aiuti solo all'industria e non all'agricoltura». Il riferimento è a strumenti come l'iperammortamento, costruiti per imprese con piena imponibilità fiscale e quindi inapplicabili alle cooperative. Arborea nel 2024 e nel 2025 ha investito 48 milioni in tecnologia e logistica, recuperando circa il 40% grazie alle agevolazioni allora disponibili. Nel 2026 il piano procede, ma senza le stesse leve. Un ultimo fronte penalizza in modo specifico le imprese sarde: per Arborea l'Ets il sistema europeo di scambio delle quote di emissioni applicato al trasporto marittimo rincari carburante e aumenti delle tariffe marittime pesano per 2,6 milioni di euro l'anno sul bilancio. «È un problema comune a tutti gli imprenditori sardi: tanti correranno il rischio di chiudere», dice Sequi. Guardando ai prossimi mesi, la variabile più attesa è stagionale: «Il caldo porta naturalmente a una contrazione della produzione, e questo potrebbe contribuire a riassorbire la sovraproduzione e sostenere le quotazioni», spiega Forino. Ma il vero equilibrio dipenderà da fattori più difficili da governare: «Se si riesce a risolvere la questione di Hormuz, se energia e concimi si stabilizzano, non abbiamo grosse preoccupazioni», conclude. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa

Economia, consumi e società

Gelati ristretti

Coni, cornetti e ghiaccioli confezionati sono più piccoli ma allo stesso prezzo È frutto della shrinkflation, pratica denunciata dai consumatori: "I marchi creano confusione" Il nostro Paese è in procedura d'infrazione Ue per l'obbligo di etichette che lo segnalino

Fabrizio Goria, Giovanni Turi


Gelati ristretti

Con, cornetti e ghiaccioli confezionati sono più piccoli ma allo stesso prezzo. È frutto della shrinkflation, pratica denunciata dai consumatori: "I marchi creano confusione" Il nostro Paese è in procedura d'infrazione Ue per l'obbligo di etichette che lo segnalino

Shrinkflation

Fabrizio Goria Giovanni Turi Il gelato confezionato si è rimpicciolito. E costa di più. La stagione estiva si apre all'insegna della shrinkflation. Ovvero, il fenomeno - da "shrink" (restringere) e "inflation" - che descrive la pratica con cui i produttori riducono il peso o il volume, mantenendo invariato il prezzo di scaffale.

«Una Coppa del Nonno pesava 70 grammi nel 2021, oggi 65. Un Magnum classico pesava quattro grammi in meno. Un Maxibon di Nestlé è passato da 102 a 96 grammi». A mettere in fila le variazioni, quasi impercettibili, è Antonella Borrometi, alimentarista di Altroconsumo. Ma non è l'unica associazione a monitorare e denunciare la riduzione dei prodotti più gettonati del periodo, dal mercato vivo.

L'anno scorso, infatti, le vendite si sono attestate a circa 3 miliardi e 400 milioni di porzioni nel nostro Paese, secondo l'Unione Italiana Food. La produzione ha chiuso con 261 mila tonnellate di gelati. Il segmento delle vaschette ha segnato un +28% nel quinquennio 2021-2025, trainato dal consumo domestico accelerato durante la pandemia. Con l'Italia che è primo Paese europeo per valore della produzione industriale e il terzo per volume, dopo Germania e Francia, come riporta l'Eurostat. Ecco, quindi, che sulla shrinkflation arriva in soccorso il monitoraggio di Federconsumatori: nel 2022 un gelato stecco pesava in media 120 ml, oggi 100 ml.

Con un prezzo aumentato, tra l'altro, del 14%. Un cono confezionato? La quantità è diminuita dell'8% e il prezzo al chilogrammo è cresciuto da 16 a 20 euro. L'intramontabile ghiacciolo, invece, ha perso in media sei millilitri, pur resistendo all'ondata dei rincari nel corso degli anni.

Ma di casi specifici ce ne sono tanti e documentati. In primis, secondo dati di mercato, il Magnum Classic di Algida - oggi The Magnum Ice Cream Company, dopo lo scorporo da Unilever del 2025. Nel 2002 costava 1,20 euro per 86 grammi. Oggi lo stesso stecco si trova a 3 euro per 75 grammi: undici grammi in meno, rincaro più che raddoppiato. Il Cornetto Classic è passato da 0,90 euro nel 2001 agli attuali 2,50 euro, un aumento del 178%.

Da un'associazione di consumatori nazionale, un referente che preferisce restare anonimo evidenzia che «questi sono i casi più noti di rimpicciolimento. E abbiamo contezza che alcuni gelati confezionati sono passati da 86 grammi a 70 grammi nel giro di pochi anni». Borrometi di Altroconsumo parla anche di «confusione tra i formati. Per i Cornetti Algida esiste la confezione da 6 gelati da 75 grammi e, al contempo, quella da 8 pezzi da 60 grammi. Lo stesso discorso vale per le ricette alternative o speciali,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

come i Maxibon Coconut o ai frutti rossi».

Ma gli italiani se ne sono accorti? Secondo un'indagine dell'Osservatorio di Pro Carton, il 73% degli loro dichiara di sì. Eppure, la norma che avrebbe dovuto tutelarli è ancora al palo. A tal proposito, il nostro Paese ha inanellato tre rinvii.

La legge sulla concorrenza del dicembre 2024 aveva introdotto l'obbligo di segnalare ogni riduzione di contenuto con una dicitura esplicita in etichetta, da mantenere per sei mesi.

L'obbligo sarebbe dovuto scattare il primo aprile 2025, poi slittato al primo ottobre 2025, e infine rinviato al prossimo primo luglio. Alla base dei rinvii c'è una procedura di infrazione aperta dalla Commissione europea contro l'Italia nel marzo 2025: Bruxelles ha giudicato l'obbligo «non proporzionato» e ostacolo al mercato interno, suggerendo invece cartelli nei punti vendita. La Francia, per confronto, ha già legiferato da luglio 2024, imponendo ai supermercati sopra i 400 mq di segnalare i prodotti rimpiccioliti. Il ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, spiega che «abbiamo discusso con la Commissione europea e concordato un testo con piccole modifiche rispetto all'attuale. Il 15 aprile lo abbiamo notificato. Decorsi tre mesi di stand still, potremo approvare un emendamento a tutela dei consumatori. Gli altri Paesi ci guardano con grande interesse. Abbiamo indicato la strada». Di certo, comunque, tutto questo non squaglia il piacere di un gelato. Per Matteo Figura, direttore esecutivo Foodservice Italia di Circana, «il gelato si conferma un elemento chiave della categoria del piccolo lusso accessibile, un piacere quotidiano a cui i consumatori difficilmente rinunciano». Il 2025 del settore ha chiuso con una crescita del fatturato del 4%. Nei primi mesi del 2026 le gelaterie hanno registrato un aumento delle visite del 4,5% e del fatturato del 15,3%. Ma la pressione sui prezzi è reale: un cono doppio gusto a Milano ormai tocca i 4 euro, con aumenti del 42% rispetto al 2021, e la carenza di personale pesa per oltre 15 mila addetti mancanti. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

Lo sviluppo del gruppo toscano (con il fondo Agreen Capital)

Healtion, il polo del cibo salutare punta a 300 milioni

valeriano musiu


UNIVERSITÀ DEL GUSTO

QUI SI STUDIA IL GUSTO ITALIANO

Lo sviluppo del gruppo toscano (con il fondo Agreen Capital)

Healtion, il polo del cibo salutare punta a 300 milioni

Senza glutine, ad alto contenuto proteico, senza zuccheri aggiunti. Il mercato europeo degli alimenti salutistici sta crescendo.

Tanto che, secondo le analisi di Market Data Forecast, potrebbe passare dall'attuale valore di 234 miliardi di dollari a 490 miliardi entro il 2033. Un quadro che il gruppo Healtion - italiano a dispetto del nome - intende sfruttare per affermarsi come uno dei maggiori poli del settore a livello europeo. A testimoniare la volontà di espandersi all'estero è proprio il nome (unione tra le parole inglesi "health", salute, e "nutrition", nutrizione), frutto di un recente rebranding: «Siamo già attivi in 47 Paesi, ma guardiamo all'Europa e in particolare a Germania, Austria e Svizzera: sono mercati caratterizzati da una quantità importante di consumatori con una buona capacità di spesa pro capite. Vogliamo rendere Healtion un ambasciatore dell'healthy food italiano nel mondo», spiega il ceo Renato Calabrese.

Il gruppo di oggi è l'evoluzione di un progetto che ha quasi cinquant'anni di storia: «Il nostro percorso inizia con il marchio Probios, tra le prime aziende in Italia a proporre alimenti salutistici», dice Calabrese.

La svolta per l'azienda, nata a Firenze nel 1978, arriva nel 2023, con l'ingresso come azionista di maggioranza di Agreen Capital, società svizzera di investimenti specializzata in agrobusiness sostenibile. Da quel momento comincia una fase di acquisizione di diversi marchi dell'alimentazione salutistica: il risultato è un portafoglio che oggi comprende, oltre a Probios, Baule Volante, La finestra sul Cielo, Zer%, Fior di Loto e ViviBio, a cui si aggiungono quote nelle aziende BMS s.r.l., Nutrimento e Vegeatal.

«L'ingresso del fondo e l'acquisizione di brand coerenti con la nostra storia ci hanno permesso di consolidarci e rafforzare le nostre attività di ricerca e sviluppo», spiega il ceo. Il gruppo, certificato B-corp nel 2025, dichiara di investire circa il 3% dei propri ricavi nelle attività di innovazione, presentando in media oltre 60 nuovi prodotti all'anno. Di recente, ad esempio, il marchio La finestra sul Cielo ha annunciato cinque nuove bevande vegetali. «Il settore rappresenta bene i nuovi consumatori: persone che cercano prodotti con ingredienti di qualità, profili nutrizionali equilibrati e filiera trasparente».

L'intenzione è posizionare i propri prodotti non solo come alternative al latte vaccino, ma come una scelta consapevole in un mercato che oggi, stima Calabrese, «vale 350 milioni di euro e rappresenta quasi il 3,5% del giro d'affari della colazione».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

L'Economia del Corriere della Sera

Economia, consumi e società

Oltre che sul mondo della colazione, Healtion «sta lavorando sugli snack dolci e salati funzionali e sui cibi salva-tempo, in modo da rispondere alle esigenze delle persone anche fuori casa. Puntiamo sull'alimentazione come fattore di longevità», prosegue l'amministratore delegato.

Per il gruppo il 2025 si è chiuso con 120 milioni di fatturato e un utile di 5 milioni, mentre il piano industriale al 2030 prevede una crescita che possa toccare i 300 milioni di ricavi.

«L'offerta di alimenti salutistici sta crescendo.

Crediamo però che la nostra storia e la nostra esperienza nel settore siano la leva fondamentale per differenziarci», conclude Calabrese.

Valeriano Musiu© RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

Primo piano

Le imprese con il fiato sospeso "Il business non può fermarsi"

In gioco c'è un export da 70 miliardi. Giorgetti diserta l'assemblea dell'American Chamber oggi a Milano

CARLOTTA SCOZZARI


Le imprese con il fiato sospeso
"Il business non può fermarsi"

Benassi "Si è sbagliato a cercare benevolenza ora meglio tirar dritto"

L'interscambio commerciale tra Italia e Stati Uniti aiuta a capire perché, dopo i dazi, il mondo imprenditoriale ora guardi con preoccupazione alle tensioni tra il presidente Usa Donald Trump e Giorgia Meloni. Nel 2025, le esportazioni italiane verso il mercato statunitense, guidate dal settore farmaceutico, hanno sfiorato quota 70 miliardi di euro, contro importazioni per 35,4 miliardi, quindi con un avanzo commerciale per oltre 34 miliardi a vantaggio del nostro Paese.

Proprio il business sarà tra i temi al centro dell'assemblea dei soci dell'American Chamber of Commerce in Italy, in programma oggi a Milano.

Ospite d'onore sarebbe dovuto essere il ministro dell'Economia Giancarlo Giorgetti che, però, non parteciperà all'evento. Ed è lecito ipotizzare che il botta e risposta tra Trump e Meloni abbia avuto un peso. «Dal nostro punto di vista - commenta Simone Crolla, consigliere delegato di AmCham Italy - tensioni non ce ne sono: nel 2025 l'export è andato meglio del 2024, nonostante i dazi e qualche settore che ne ha risentito un po' di più. C'è poi un forte flusso di investimenti italiani diretti verso gli Usa». Lo conferma Antonio Gozzi, presidente di Federacciai e special advisor di Confindustria: «Il business funziona al di là delle tensioni politiche. Gli Usa sono il secondo mercato di esportazione per l'Italia e il 2025 è stato un anno record. Moltissime imprese italiane hanno investito lì. I presidenti degli Stati Uniti passano ma gli Stati Uniti restano.

Certo, le tensioni non aiutano, ma credo che sia stato giusto reagire a certe dichiarazioni. Dopodiché, come dicono gli americani, the business goes on», gli affari vanno avanti.

Il farmaceutico, conferma il presidente di Farmindustria Marcello Cattani, ha instaurato con gli Usa una «forte e solida relazione di export, ma questo anno sarà fondamentale rispondere con politiche per essere più attrattivi, in replica al provvedimento di Most Favored Nation (clausola della nazione più favorita, ndr) emanato dall'amministrazione Usa». «All'evento di AmCham - aggiunge Crolla - faremo finta che quello a cui abbiamo assistito in questi giorni sia un rumore di fondo, che ci auguriamo non diventi assordante. Certo, ci dispiace, i tweet ci lasciano stupiti anche per i toni ed è possibile che in sala si parli anche di questo. Confidiamo che tutto si risolverà, anche perché poi politica e business seguono dinamiche diverse». La vede così anche Lamberto Frescobaldi, presidente di Unione italiana vini (Uiv): «Siamo rimasti basiti, ma la politica e il commercio spesso parlano due lingue diverse. Gli Usa restano un importante sbocco per tutti i nostri prodotti. Se l'America prima dei dazi pesava per il 24% sulle nostre esportazioni, ora è scesa di un punto e mezzo circa ma resta un mercato estremamente

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

importante. Detto ciò, concordo con la necessità di abbassare i toni». Anche Giuseppe Ferro, numero uno del gruppo della pasta La Molisana, auspica che le tensioni si plachino: «La speranza è che la comunicazione rientri su binari di educazione e rispetto, e che si possa ripristinare il buon rapporto che c'era». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

LO SCENARIO

Il commercio si apre nuove rotte

Nonostante dazi e tensioni geopolitiche, gli scambi aumentano più del Pil globale. Secondo McKinsey, il vantaggio è per il Sud-est asiatico

Marco Frojo


FOCUS LOGISTICA

Il commercio si apre nuove rotte

Nonostante dazi e tensioni geopolitiche, gli scambi aumentano più del Pil globale. Secondo McKinsey, il vantaggio è per il Sud-est asiatico


La crisi rivoluziona la logistica

Dazi, guerre e tensioni geopolitiche non hanno rallentato i commerci mondiali ma ne hanno modificato le rotte. È questa la conclusione a cui è giunto il McKinsey Global Institute nel suo più recente aggiornamento su "Geopolitica e geometria del commercio globale". Il documento, che analizza l'evoluzione degli scambi internazionali nel 2025 e offre una fotografia di come la geopolitica stia ridisegnando le catene del valore mondiali, rileva come gli scambi di merci a livello globale siano aumentati a un tasso superiore a quello del Pil globale. Si tratta dunque di un dato che smentisce le previsioni formulate negli ultimi anni da numerosi osservatori, che ipotizzavano una progressiva frammentazione dell'economia internazionale e una contrazione delle relazioni commerciali tra i grandi blocchi geopolitici.

«L'anno scorso - scrivono gli analisti della società di consulenza - è stato il più turbolento a memoria d'uomo per il commercio globale, anche al di là dell'impatto degli annunci sui dazi. I rapporti di lunga data sono stati messi a dura prova e le relazioni commerciali sono state ripensate, non solo tra partner geopoliticamente distanti, ma anche tra alleati storici. Ciononostante, gli scambi commerciali hanno mostrato un tasso di crescita che è stato al passo di quello della produzione globale, grazie al riorientamento degli scambi verso economie più affini».

Nonostante alla fine del 2025 i livelli tariffari statunitensi avessero raggiunto i massimi dalla fine della Secondo guerra mondiale spostando oltre 165 miliardi di dollari di commercio fuori dal corridoio Stati Uniti-Cina, sia le importazioni statunitensi sia le esportazioni cinesi hanno fatto registrare nuovi record, segnalando una riorganizzazione dei flussi più che una loro contrazione. Gli Stati Uniti hanno colmato circa due terzi del divario con importazioni da altri Paesi, mentre gli esportatori cinesi di beni di consumo, dalle auto elettriche ai giocattoli, hanno ridotto i prezzi in media dell'8% per trovare acquirenti in nuovi mercati. Il Sud-est asiatico ha prosperato, incrementando gli scambi commerciali con entrambe le economie e rafforzando il proprio ruolo nella manifattura globale, assorbendo fasi produttive e aumentando la propria integrazione nelle catene del valore.

L'India, per esempio, ha guadagnato quote in diversi comparti, mentre il Brasile ha ampliato le esportazioni di materie prime verso la Cina, sostituendo fornitori di altre economie avanzate. L'Unione Europea, invece, si è trovata ad affrontare una duplice difficoltà: maggiori importazioni cinesi e tariffe statunitensi più elevate.

«Esattamente come negli anni precedenti - si legge nel documento - le tensioni tra Stati Uniti e Cina sono state la principale forza a influenzare la distanza percorsa dalle merci. Entrambe le economie

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

hanno continuato a riorientarsi, allontanandosi l'una dall'altra e rivolgendosi a partner geopoliticamente più vicini, accelerando una tendenza in atto dal 2017. Gli aumenti tariffari statunitensi, applicati in modo generalizzato ma generalmente più elevati per la Cina, hanno rafforzato questo cambiamento». Il tema del nearshoring, ovvero dell'accorciamento delle catene di fornitura e dello spostamento della produzione verso Paesi più vicini e meno rischiosi, è certamente presente ma, ad oggi, non è una strategia adottata su larga scala. McKinsey fa per esempio notare come la quota di scambi con gli Stati Uniti di Canada e Messico sia diminuita, fattore che ha contribuito a rendere le catene di approvvigionamento mediamente più lunghe. Ciò non toglie che le aziende ci stiano pensando seriamente e che gli operatori di logistica si stiano preparando a soddisfare la futura domanda. Secondo uno studio di Bcg, quasi la metà dei fornitori di servizi logistici sta intensificando le proprie attività di nearshoring, tra cui l'adeguamento dell'offerta di servizi e l'espansione delle capacità regionali. Una strategia nata dal confronto con i loro clienti sull'apertura di nuove rotte e mercati e sull'ampliamento della loro presenza in nuovi Paesi. Il 16% delle aziende ha già intrapreso azioni concrete di nearshoring, mentre un ulteriore 35% afferma di essere ancora nella fase di valutazione delle opzioni. Gli utilizzatori del trasporto aereo e i clienti più grandi sono le realtà che mostrano il maggiore interesse per il passaggio al nearshoring. Per gestire le criticità delle catene di fornitura, il 62% degli aziende sta aumentando le proprie scorte di sicurezza, mentre il 60% sta diversificando la gamma di fornitori di materiali, parti e componenti con cui collabora. Le grandi imprese sono quelle più propense a stipulare contratti logistici a lungo termine, mentre quelle di medie dimensioni preferiscono valutare cambiamenti nelle modalità di spedizione. Chi spedisce le merci via mare punta sulla ridondanza dei fornitori di servizi logistici, mentre chi usa gli aerei cargo è all'avanguardia nel passaggio a nuove modalità di trasporto e nell'investimento in capacità digitali.
©RIPRODUZIONE RISERVATA

La crisi rivoluziona la logistica

Secondo il managing director del gruppo danese, gli operatori devono diventare partner dei loro clienti, fornendo servizi a grande valore aggiunto. L'esempio del Proximity hub nella Motor Valley


La crisi rivoluziona la logistica

Secondo il managing director del gruppo danese, gli operatori devono diventare partner dei loro clienti, fornendo servizi a grande valore aggiunto. L'esempio del Proximity hub nella Motor Valley

«Fino a non molto tempo fa la logistica era vista come una commodity, quindi come una semplice voce di costo. Oggi, dopo le numerose interruzioni delle catene di fornitura che si sono susseguite negli ultimi anni, è diventata un asset strategico». Per Davide Uracchi, managing director di Dsv Contract Logistics in Italia, non sono però stati solo i grandi eventi imprevisti, come pandemia, guerre e blocchi del canale di Suez, a far cambiare pelle alla logistica, ma anche le iniziative intraprese dagli operatori del settore. «Oggi - prosegue il manager della società danese - non offriamo più solo immagazzinamento e trasporto ma anche servizi ad alto valore aggiunto che aiutano le aziende a rendere più efficiente e meno esposta a rischi la produzione».

Ne è un perfetto esempio il Proximity hub che Dsv ha di recente inaugurato a Fiorano Modenese per servire la Motor Valley e i suoi clienti che hanno stabilimenti produttivi lì. Nei 100mila metri quadri coperti del polo logistico vengono eseguite operazioni di pre-assemblaggio e di controllo della qualità del prodotto che rendono le operazioni di fornitura più efficienti, più economiche e meno impattanti sull'ambiente per tutti gli attori coinvolti. Un modello integrato che Andrea Pontremoli, ceo di Dallara, ha paragonato a una "sinapsi" capace di connettere i singoli neuroni industriali della Motor Valley. «Il nostro hub vicino a Maranello - prosegue Uracchi - è un polo logistico con capacità manifatturiere, che sono in grado di ridurre le complessità operative dei nostri clienti. Fra i servizi che offriamo rientrano attività a valore aggiunto che consentono di ottimizzare i flussi logistici e produttivi, migliorando l'utilizzo della capacità di trasporto e garantendo una maggiore disponibilità di materiali e componenti per i clienti».

Questo modello organizzativo contribuisce inoltre ad aumentare l'efficienza operativa e la resilienza della supply chain, riducendo i tempi di intervento e limitando gli impatti derivanti da eventuali criticità produttive. La possibilità di gestire direttamente alcune lavorazioni e attività di supporto permette infatti di accelerare i processi, contenere i costi e garantire una maggiore continuità operativa.

Il nuovo approccio ai servizi logistici, che non vede più gli operatori del settore come semplici vettori ma come un anello della supply chain, è stato adottato anche in altri poli del gruppo danese. A Settala, nell'hub Dsv specializzato in retail, fashion ed e-commerce, vengono per esempio realizzate operazioni di serigrafia avanzata sulle bottiglie per i clienti beverage, mentre per un noto brand di seggiolini e passeggini per bambini viene offerto un servizio di personalizzazione just-in-time con il nome del bambino a cui l'oggetto è destinato. «La nostra strategia di sviluppo, che proprio in Italia registra

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

alcuni dei progetti più avanzati - afferma Uracchi - risponde alle esigenze di un mercato in profonda trasformazione. Negli ultimi anni l'Occidente ha preso piena consapevolezza della fragilità dei modelli basati su produzione on-time e catene di fornitura molto lunghe. Molte aziende si sono trovate nella necessità di reagire a uno scenario diventato sempre più incerto e rischioso e in questo contesto noi operatori logistici abbiamo dovuto adattare le nostre strategie per rispondere alle nuove esigenze del mercato, affiancando i clienti nei loro percorsi di trasformazione. Oggi accompagniamo le aziende nell'evoluzione delle proprie supply chain e osserviamo come il processo di nearshoring stia assumendo un ruolo sempre più centrale nelle decisioni strategiche, diventando una delle principali tendenze del momento». E la "logistica di prossimità" è la risposta alle tensioni che stanno attraversando il commercio mondiale. Affinché le soluzioni funzionino davvero è però necessario un dialogo fra chi trasporta le merci e chi le spedisce: «Abbiamo dovuto cambiare i nostri processi, ma ancor prima abbiamo dovuto cambiare mentalità. Se prima i clienti ci dicevano cosa fare e noi eseguivamo, adesso dobbiamo capire le loro esigenze e cercare, assieme a loro, le soluzioni. Dobbiamo avere modelli estremamente flessibili e reattivi, soprattutto con i clienti con cui abbiamo un rapporto consolidato», dice Uracchi. Servono dunque importanti investimenti, che non sempre trovano in Italia un terreno fertile: «La burocrazia rappresenta spesso un forte ostacolo. Basti pensare che il Proximity hub è figlio di un progetto avviato dieci anni prima a Marzaglia nei pressi dello svincolo autostradale di Modena Sud e mai andato in porto per ostacoli burocratici che ne hanno rallentato il decollo». - m.fr. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

I fringe benefit rappresentano il 55% del welfare aziendale

Osservatorio Edenred Italia. La quota sul totale delle prestazioni utilizzate dai lavoratori è più che triplicata rispetto al 2017, anche per i bonus fiscali

Valentina Melis, Claudio Tucci


Primo Piano

6,6 mln

1.000 €

4,3 mld

I fringe benefit rappresentano il 55% del welfare aziendale

FOSSATI

Anticipi solo il 25%

Auto assegnate ai dipendenti, la tassazione torna al forfettario

Il welfare aziendale si conferma uno strumento utile anche per sostenere il potere d'acquisto dei lavoratori e i carichi di cura familiari. Quindi, non solo per aumentare fatturati e produttività.

L'anno scorso le aziende con piani di welfare hanno erogato in media mille euro pro capite ai propri dipendenti per acquisti di beni e servizi, in aumento rispetto agli 840 euro del 2021, ai 920 del 2022 e ai 980 del 2024. È cresciuta anche la quota effettivamente utilizzata dai beneficiari, passata dal 79% del 2021 all'84% del 2025. A schizzare in alto sono stati, in particolare, i fringe benefit, beni e servizi esenti da imposte e contributi entro soglie definite. Tra questi rientrano, ad esempio, i buoni acquisto e i buoni carburante. In nove anni il loro "peso" sul welfare aziendale è passato dal 16,2% del 2017 al 55,1% del 2025.

Praticamente è più che triplicato, complice anche una normativa fiscale favorevole. Negli ultimi anni, infatti, la soglia di fringe benefit esente da imposizione fiscale e contributi è progressivamente cresciuta, fino ad arrivare a mille euro per tutti i lavoratori dipendenti e 2mila euro per i lavoratori con figli fiscalmente a carico (fino al 2027).

È questa, in sintesi, la fotografia scattata dall'edizione 2026 dell'Osservatorio Welfare di Edenred Italia, l'indagine annuale costruita sull'analisi dei comportamenti di utilizzo di 5.500 aziende e 870mila beneficiari, che sarà presentata domani a Milano in occasione dell'evento Welfare Forum, e che Il Sole 24 Ore del Lunedì è in grado di anticipare.

Nell'indagine Ipsos Doxa - che affianca i risultati dell'Osservatorio con due survey condotte su mille dipendenti e 200 Hr manager di aziende con almeno 50 addetti - la prima preoccupazione dei lavoratori, oggi, è proprio il costo della vita: il 41% è molto preoccupato per l'aumento dei prezzi e l'83% del campione ha ridotto almeno un'attività nell'ultimo anno a causa dell'aumento delle spese.

In quest'ottica i fringe benefit possono rappresentare una risposta positiva: sono infatti strumenti di welfare esentasse (entro le soglie citate) e vi rientrano, ad esempio, buoni acquisto e buoni carburante. Negli ultimi anni, la normativa ha ampliato oltre ai benefici fiscali anche il perimetro delle spese rimborsabili, includendo quelle sostenute dai lavoratori per le utenze domestiche, per gli affitti e per gli interessi sul mutuo della prima casa.

Con il miglioramento del regime fiscale, c'è stato un progressivo aumento del ricorso ai fringe benefit, originariamente nati come misura occasionale e di importo contenuto.

Nel 2020, in concomitanza con il raddoppio della soglia di esenzione da 258 a 516 euro introdotto durante

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

la pandemia, la quota dei fringe benefit sul totale del welfare utilizzato è passata dal 18,1% al 30,1% per cento.

Nel 2024, con l'innalzamento della soglia esente a mille euro per la generalità dei dipendenti e a 2mila euro per chi ha figli a carico, si è registrato il balzo maggiore della serie, da 31,8% a 52,3% in 12 mesi. C'è stato un arretramento solo nel 2023, quando la soglia di esenzione era tornata a 258 euro.

Accanto al potere d'acquisto, il welfare si sta rivelando una fonte d'aiuto anche per affrontare i carichi di cura, con il 75% dei lavoratori che ha dichiarato di avvertirne il peso; la percentuale sale all'84% tra coloro che assistono familiari anziani, non autosufficienti o fragili. Qui il welfare aziendale potrebbe però fare di più: i servizi alla persona e ai familiari sono desiderati dal 20% di chi attualmente non ne dispone e dal 24% dei caregiver, ma vengono offerti soltanto dal 10% delle aziende. Una spinta al welfare aziendale potrà arrivare con l'adozione della nuova certificazione sulla conciliazione tra vita familiare e lavoro (Prassi Uni/Pdr 192:2026), alla quale è legato lo sgravio contributivo fino a 50mila euro all'anno per azienda, previsto dal Dl 62/2026 (il decreto Lavoro), che completerà questa settimana al Senato l'iter per la conversione in legge. La prassi annovera tra gli obiettivi premianti ai fini della certificazione la presenza in azienda di un piano di welfare strutturato, con budget dedicato per la famiglia. «Questa misura del decreto Lavoro - spiega Fabrizio Ruggiero, amministratore delegato di Edenred Italia - va nella direzione giusta perché, attraverso la certificazione Uni/PdR 192, premia le imprese che investono nella conciliazione vita-lavoro. Il welfare aziendale è uno degli elementi presi in considerazione, come parte di una strategia strutturata. È la stessa indicazione che emerge dal nostro Osservatorio: il valore del welfare cresce quando è inserito in un progetto coerente e continuativo, costruito intorno ai bisogni delle persone e dell'organizzazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Affari & Finanza

Economia, consumi e società

LE AGEVOLAZIONI

Il Fisco premia il welfare aziendale

Agevolazioni per parità, premi di risultato convertiti, fringe benefit e buoni pasto

Sibilla Di Palma



Dai buoni pasto agli asili nido aziendali, passando per lo smart working, i centri estivi per i figli e l'assistenza sanitaria integrativa. Il welfare aziendale si sta trasformando in una componente sempre più strategica delle politiche d'impresa. Per i lavoratori significa poter contare su servizi che migliorano concretamente la qualità della vita. Per le aziende rappresenta una leva di competitività, capace di aumentare l'engagement, ridurre il turnover e rafforzare l'attrattività nei confronti dei talenti in un mercato del lavoro sempre più competitivo.

A sostenere questa evoluzione contribuisce anche il fisco. Negli ultimi anni il legislatore ha infatti introdotto una serie di strumenti che incentivano le imprese a investire nel welfare, riconoscendone il valore non solo sociale ma anche economico. Tra questi rientra la certificazione della parità di genere, che premia le aziende capaci di adottare modelli organizzativi inclusivi e di favorire una maggiore conciliazione tra vita privata e professionale. La certificazione valuta le politiche aziendali attraverso una serie di indicatori che riguardano l'equità salariale, le opportunità di carriera, la presenza femminile nelle posizioni di responsabilità e le misure dedicate alla genitorialità e al work-life balance. Per le imprese che ottengono la certificazione è previsto un esonero dal versamento dell'1% dei contributi previdenziali a carico del datore di lavoro, fino a un massimo di 50 mila euro annui per azienda. La certificazione della parità di genere non è l'unico strumento attraverso cui il sistema fiscale incentiva il welfare aziendale. Un ulteriore impulso arriva dalla possibilità di convertire i premi di risultato in beni e servizi di welfare. Se previsto dagli accordi aziendali o territoriali, il lavoratore può scegliere di ricevere il premio non in busta paga ma sotto forma di prestazioni di welfare. In questo caso l'importo può essere utilizzato per una vasta gamma di finalità, dai contributi per l'istruzione dei figli alle spese sanitarie, dall'assistenza ai familiari anziani o non autosufficienti fino ai buoni pasto e ad altri servizi di sostegno alla famiglia. Il principale vantaggio è fiscale. Se il premio di risultato viene convertito, in tutto o in parte, in beni e servizi di welfare previsti dalla normativa, le somme non sono assoggettate a imposte né a contributi. In questo modo il lavoratore può beneficiare di un valore netto più elevato rispetto all'erogazione del premio in busta paga, mentre l'azienda riduce il costo contributivo associato alla componente convertita in welfare. Anche i fringe benefit, cioè beni e servizi concessi dall'azienda ai dipendenti in aggiunta alla retribuzione, continuano a rappresentare uno degli strumenti più utilizzati. Il loro principale vantaggio fiscale è che, entro i limiti previsti dalla normativa, non concorrono alla formazione del reddito da lavoro dipendente e non sono quindi soggetti né a imposte né a contributi. Per il 2026 il limite di esenzione è fissato a 1000 euro annui per la

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

generalità dei lavoratori e sale a 2 mila euro per i dipendenti con figli fiscalmente a carico. Tra le spese che possono rientrare nel perimetro agevolato figurano, nei casi previsti dalla normativa, anche utenze domestiche, canoni di locazione e interessi sul mutuo della prima casa. A questi si aggiungono strumenti consolidati come i buoni pasto, esenti fino a dieci euro al giorno se erogati in formato elettronico e fino a quattro euro se cartacei.
©RIPRODUZIONE RISERVATA

Italia Oggi Sette

Economia, consumi e società

Prosegue l'adeguamento per gradi della normativa Iva: prossimo appuntamento l'1/1/2027

E-commerce, lotta all'evasione Piattaforme più responsabili

FRANCO RICCA


Prosegue l'adeguamento per gradi della normativa Iva: prossimo appuntamento l'1/1/2027

E-commerce, lotta all'evasione
Piattaforme più responsabili

Partito il conto alla rovescia per il primo aggiornamento in chiave digitale della normativa sull'Iva previsto dal pacchetto digitale varato dall'Ue nel corso del 2025, costituito dalla direttiva 2025/516 dell'11 marzo 2025 e dai coevi regolamenti (Ue) del Consiglio 2025/517 e 2025/518.

A parte le due misure in tema di fatturazione elettronica e di adempimenti per il regime Ioss, previste all'art. 1 della direttiva 2025/516 e già applicabili dal 14 aprile 2025, data della sua entrata in vigore, si avvicinano al nastro di partenza le prime modifiche della direttiva Iva previste all'art. 2, che avranno effetto dal 1° gennaio 2027 e dovranno quindi essere recepite a breve nel nostro ordinamento. A seguire, poi, le modifiche di più ampia portata e vasto impatto, che saranno in opera nel triennio successivo, tra il 1° luglio 2028 e il 1° luglio 2030.

Approfondiamo alcune delle novità oramai prossime, rinviando alla tabella della pagina successiva per un quadro sintetico completo.

Marketplace. Al fine di contrastare l'evasione dell'Iva sul commercio elettronico di beni effettuato nell'Ue da fornitori stabiliti fuori dell'Unione, la direttiva 2017/2455 ha introdotto nella direttiva Iva l'art. 14-bis, recante disposizioni che responsabilizzano i titolari delle piattaforme digitali che facilitano le transazioni, costituendoli per finzione giuridica "acquirenti" dei venditori e "fornitori" presunti" dei consumatori. In sostanza, la vendita tra il fornitore extraUe e il consumatore, ai fini dell'Iva, si sdoppia in due vendite contemporanee e consecutive: la prima tra detto fornitore e il gestore della piattaforma, la seconda tra quest'ultimo e il consumatore. Ciò vale anche per le vendite di beni importati con spedizione di valore fino a 150 euro, in questo caso indipendentemente dal luogo in cui è stabilito il fornitore effettivo e dallo status dell'acquirente finale. Sulla nozione di "facilitazione" ai detti fini si vedano le precisazioni fornite dagli artt.

5-ter, 5-quater e 5-quinquies del regolamento Ue n.

282/2011.

Le disposizioni nazionali di recepimento dell'art. 14-bis, introdotte con l'art. 2-bis del dpr 633/1972, stabiliscono al comma 1 che le seguenti cessioni di beni si considerano effettuate dal soggetto passivo che le facilita tramite l'uso di un'interfaccia elettronica, quale un mercato virtuale, una piattaforma, un portale o mezzi analoghi: 1. le vendite intracomunitarie a distanza di beni effettuate nell'Ue da fornitori stabiliti al di fuori dell'Ue nei confronti di privati consumatori 2. le vendite di beni con partenza e arrivo nello stesso Stato membro, effettuate nei confronti privati consumatori da fornitori stabiliti al di fuori dell'Ue 3. le vendite a distanza di beni importati da paesi o territori extraUe,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di cui all'art. 38-bis, commi 2 e 3, dl 30 agosto 1993, n. 331, in spedizioni di valore intrinseco non superiore a 150 euro, effettuate da operatori ovunque stabiliti.

La novità in arrivo. Dal 1° gennaio 2027, per effetto della sostituzione dell'art. 14-bis della direttiva Iva a opera dell'art. 2, n. 1), della direttiva 2025/516, le cessioni di cui ai punti 1 e 2 rientreranno nella disciplina del "fornitore presunto" non soltanto se il cessionario è un privato consumatore, ma anche nei casi in cui è "un soggetto passivo o un ente che non è un soggetto passivo, i cui acquisti intracomunitari di beni non sono soggetti all'Iva a norma dell'articolo 3, paragrafo 1".

In pratica, il gestore della piattaforma che facilita le cessioni in esame sarà considerato "fornitore presunto" anche se l'acquirente dei beni è un soggetto passivo, oppure un ente, esentato dall'applicazione dell'imposta ai sensi dell'art. 3, par. 1, della direttiva, disposizione che esclude dall'imposizione: a) gli acquisti intracomunitari di beni la cui cessione nel territorio dello Stato sarebbe esente ai sensi degli artt. 148 e 151 della direttiva Iva (cfr. artt. 8-bis e 72 del dpr n. 633/1972) b) gli acquisti intracomunitari di beni, diversi da quelli di cui alla lettera a) e all'art. 4 e diversi dagli acquisti di mezzi di trasporto nuovi e di prodotti soggetti ad accisa, effettuati da soggetti passivi che si avvalgono del regime speciale per l'agricoltura oppure che effettuano soltanto operazioni che non conferiscono alcun diritto a detrazione, nonché da enti che non rivestono la qualifica di soggetti passivi. Va ricordato che l'esenzione in esame non si applica se gli acquisti intracomunitari superano la soglia annua di 10.000 euro, oppure se il soggetto opta comunque per l'applicazione dell'imposta.

Gli effetti dello sdoppiamento dell'operazione facilitata dal marketplace sono disciplinati da apposite disposizioni. Anzitutto, sia la prima cessione (tra il fornitore extraUe e il gestore della piattaforma) che la seconda (tra quest'ultimo e l'acquirente) si considerano effettuate nel momento in cui il pagamento è accettato (cfr. anche l'art. 41-bis del regolamento Ue 2011/282).

In secondo luogo, nelle cessioni di cui ai punti 1 e 2 sopra riportati, la cessione presunta tra il fornitore extraUe e il gestore della piattaforma è esentata dall'Iva (cfr. il terzo comma dell'art. 10 del dpr n. 633/1972); è però esclusa la facoltà di avvalersi della dispensa dagli adempimenti prevista dall'art. 36-bis, sicché è obbligatoria l'emissione della fattura. In terzo luogo, dette cessioni esenti sono qualificate operazioni con diritto detrazione dell'imposta, ai sensi della lettera d-bis) del comma 3 dell'art. 19, dpr 633/1972, in modo da consentire ai fornitori extraUe di poter recuperare l'eventuale imposta assolta a monte per l'acquisto o l'importazione dei beni ceduti.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi Sette

Economia, consumi e società

I risultati di uno studio dell'osservatorio di Accredia-Prometeia sulla finanza sostenibile

Imprese, il bollino Esg conviene

Dotarsi di certificazioni accreditate fa crescere il fatturato

PINA RICCIARDO


I risultati di uno studio dell'osservatorio di Accredia-Prometeia sulla finanza sostenibile

Imprese, il bollino Esg conviene

Dotarsi di certificazioni accreditate fa crescere il fatturato

I numeri chiave dello studio Accredia-Prometeia

Le imprese che adottano certificazioni accreditate registrano performance economiche e di sostenibilità mediamente superiori rispetto alle aziende prive di sistemi certificati. L'introduzione delle certificazioni ambientali, sociali e di governance (Esg) risulta inoltre associata a un aumento del fatturato che tende a manifestarsi già nell'anno di adozione e a consolidarsi negli esercizi successivi. Sono le principali evidenze contenute nello studio dell'osservatorio "Il ruolo della certificazione accreditata nella finanza sostenibile", realizzato da Accredia in collaborazione con Prometeia, pubblicato il 9 giugno scorso, che analizza il contributo delle certificazioni accreditate alla competitività delle imprese e al funzionamento della finanza sostenibile. Il report esamina inoltre l'evoluzione del quadro normativo europeo, sottolineando come l'accreditamento riduca le asimmetrie informative per investitori e banche. Diffusione delle certificazioni Esg. L'evoluzione della normativa europea sulla finanza sostenibile (dalla Tassonomia Ue alla disclosure Esg, fino ai rating Esg e ai green bond) aumenta la domanda di informazioni affidabili, comparabili e verificabili. In questo contesto il sistema dell'Infrastruttura per la Qualità (Iq), composto da normazione tecnica, metrologia, accreditamento e valutazione della conformità, contribuisce a migliorare la credibilità dei dati Esg, sempre più rilevanti per l'accesso al credito, agli investimenti e alle filiere produttive. L'analisi evidenzia una diffusione delle certificazioni accreditate in Italia, con una crescita costante nell'ultimo decennio. Tra il 2012 e il 2025 il numero di imprese dotate di un sistema di gestione certificato sotto accreditamento è passato da circa 75 mila a oltre 100 mila unità. Pur rappresentando una quota limitata del totale delle imprese attive, queste aziende generano oltre il 40% del fatturato complessivo nazionale. Le certificazioni Esg rappresentano la quasi totalità delle certificazioni adottate. La componente di governance è nettamente prevalente, interessando il 67% delle imprese certificate, trainata dalla centralità della norma UNI EN ISO 9001 per la gestione della qualità. Tuttavia, negli ultimi anni si è assistito a un'accelerazione delle componenti ambientale (15%) e sociale (17%), coerentemente con la crescente attenzione dei mercati e del quadro regolatorio europeo verso questi temi.

Secondo i 39 settori di accreditamento Iaf (International accreditation forum) le certificazioni risultano particolarmente diffuse nel settore delle costruzioni (Iaf 28) dove cui la certificazione accreditata è spesso un requisito indispensabile per l'accesso agli appalti pubblici, nel commercio (Iaf 29) e nella produzione di macchinari (Iaf 18). Altri settori mostrano specializzazioni peculiari: nel riciclaggio (Iaf 24) le certificazioni ambientali raggiungono il 40% del totale, mentre in settori come le tipografie (Iaf 9) o il farmaceutico (Iaf 13) prevale la dimensione sociale.

Un dato interessante riguarda la pluricertificazione: il 76% delle imprese possiede una sola certificazione,

ma tra quelle più strutturate la combinazione più frequente è il trittico composto da ISO 9001 (Governance), ISO 14001 (Ambiente) e ISO 45001 (Sociale).

Le imprese certificate, caratterizzate da processi organizzativi più formali e strutturati, presentano inoltre un numero medio di dipendenti significativamente superiore rispetto a quelle non certificate (39-43-16 addetti rispettivamente per la dimensione ambientale, sociale e di governance, contro i 2 addetti delle non certificate).

Performance economico-finanziarie. Lo studio si è posto l'obiettivo di indagare se le migliori performance delle imprese certificate siano da ricondurre a caratteristiche preesistenti o all'adozione di sistemi di gestione certificati, utilizzando tecniche statistiche (Propensity score matching o il Difference-in-differences) che consentono di confrontare imprese simili prima e dopo la certificazione.

Le imprese certificate mostrano livelli di redditività mediamente superiori: il Margine operativo lordo (Mol) mediano si attesta al 12,7% rispetto all'8,9% delle non certificate.

Differenze ancora più marcate si osservano in termini di redditività per il capitale investito (Roi), 9,1% contro 5,4% e per il tasso di rotazione del capitale investito, risultati che suggeriscono una maggiore efficienza nell'utilizzo delle risorse e una superiore capacità di generare ricavi a parità di capitale.

L'incremento del fatturato è particolarmente visibile nelle imprese che adottano certificazioni Esg in aggiunta alla ISO 9001.

Per la certificazione ambientale ISO 14001, l'aumento stimato del fatturato è del 4,3% nell'anno di certificazione, salendo all'8,4% dopo un anno e all'11,4% dopo due anni. Risultati analoghi si registrano per la salute e sicurezza sul lavoro (ISO 45001), con incrementi del 10% al secondo anno, e per la parità di genere (UNI/PdR 125), che mostra un impatto dell'11,8% già nell'anno di adozione.

Questi benefici economici derivano da una molteplicità di canali: miglioramento dell'efficienza interna e soprattutto un rafforzamento della reputazione aziendale che facilita l'accesso a nuovi mercati e riduce le asimmetrie informative con investitori e stakeholder.

Le banche utilizzano infatti sempre più informazioni Esg nei processi di gestione del rischio, di concessione del credito e di valutazione delle controparti, mentre numerosi strumenti normativi europei richiedono o valorizzano verifiche svolte da organismi accreditati.

Miglioramenti nelle dimensioni Esg. Oltre ai risultati finanziari, il report analizza l'efficacia delle certificazioni nel migliorare le performance di sostenibilità attraverso tre indici sintetici armonizzati espressi su una scala da 0 a 100, che aggregano oltre 400 variabili elementari relative a emissioni, consumi energetici, sicurezza sul lavoro e pratiche di governance.

Nel complesso, le imprese certificate mostrano trend di crescita degli indici Esg sistematicamente superiori alle imprese non certificate lungo tutto il periodo 2012-2023. La dimensione ambientale (E)

mostra i miglioramenti più rapidi e significativi. Le imprese certificate registrano un incremento dell'indicatore di sostenibilità ambientale del 2,3% nell'anno di certificazione, che passa al 10,6% dopo due anni, conosciuto come effetto di anticipazione: molte aziende avviano interventi di miglioramento (come l'efficientamento energetico o la riduzione dei rifiuti) già durante la fase di preparazione necessaria per ottenere formalmente il certificato. Per quanto riguarda le dimensioni sociale (S) e di governance (G), i cambiamenti risultano più graduali. L'impatto sulla componente sociale è nullo nell'anno di certificazione, ma diventa significativo dopo due anni (+6,8%). Questo riflette la natura dei cambiamenti richiesti in questi ambiti, che coinvolgono la cultura manageriale, la gestione delle risorse umane e l'inclusione, processi che necessitano di tempi più lunghi per tradursi in risultati misurabili. Anche la governance segue una dinamica simile, con un miglioramento del 2,1% dopo due anni. Valorizzazione dei benefici ambientali e sociali. Lo studio prova a tradurre in termini economici gli effetti ambientali e sociali associati alle certificazioni accreditate, rendendo confrontabili benefici di natura diversa (come tonnellate di CO2 evitate o ore di formazione erogate) in una metrica economica comune, facilitando il confronto del valore generato per la società. Per gli impatti ambientali è stato adottato il metodo Eps (Environmental priority strategies), basato sulla disponibilità a pagare della società per prevenire un danno ambientale. I risultati per il 2024 mostrano che i benefici ambientali netti sono stimati in circa 4,5 miliardi di euro, mentre quelli sociali si avvicinano a 1 miliardo di euro. Analizzando il periodo 2012-2024, le certificazioni ambientali hanno permesso di evitare costi ambientali per 36 miliardi di euro, pari a una riduzione del 6,3% rispetto allo scenario privo di certificazioni. I benefici sociali cumulati nello stesso periodo ammontano a 6,6 miliardi di euro. All'interno della componente ambientale, gli impatti più significativi riguardano il contrasto al cambiamento climatico, seguiti dalla riduzione dell'inquinamento atmosferico e dall'uso efficiente delle risorse. Nella dimensione sociale, i contributi maggiori derivano dalle categorie legate all'occupazione e alle pari opportunità. L'analisi evidenzia una forte eterogeneità settoriale: nei settori come la fabbricazione di prodotti petroliferi o il riciclaggio si concentrano i massimi benefici ambientali (rispettivamente 8,8 e 4,4 miliardi di euro), mentre i benefici sociali sono proporzionalmente più elevati nei comparti ad alta intensità di lavoro come la logistica o la sanità.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Affari & Finanza

Economia, consumi e società

Elettricità flessibile: la bolletta diventa una risorsa

Entro il 2030 eolico e fotovoltaico copriranno quasi metà della produzione Ue. Acer: consumatori più attivi e offerte innovative potrebbero generare vantaggi

Vito de Ceglia


FOCUS ENERGIA

Elettricità flessibile: la bolletta diventa una risorsa


"Pulsee cresce oltre la commodity"

Entro il 2030 quasi un chilowattora su due in Europa arriverà da sole e vento. Eolico e fotovoltaico copriranno il 48% della generazione elettrica, mentre i combustibili fossili scenderanno al 19%. Più rinnovabili significa anche più variabilità. Per mantenere sotto controllo costi, congestioni e sicurezza del sistema servirà una quantità crescente di flessibilità, garantita da reti più intelligenti, sistemi di accumulo e consumatori capaci di adattare i propri consumi ai segnali provenienti dal mercato elettrico. Le stime indicano che il fabbisogno giornaliero di flessibilità del sistema elettrico europeo è destinato quasi a raddoppiare nei prossimi quattro anni, passando da 222 a 426 TWh (+92%). L'incremento interesserà anche la flessibilità settimanale, che crescerà da 169 a 284 TWh (+68%), e quella annuale, da 92 a 136 TWh (+48%). È questa la fotografia che emerge dall'ultimo rapporto dell'Agenzia europea per la cooperazione dei regolatori dell'energia (Acer) sul ruolo della flessibilità nella transizione energetica. Un tema che fino a pochi anni fa riguardava soprattutto operatori di rete e produttori elettrici, ma che oggi coinvolge direttamente famiglie e imprese.

La posta in gioco è rilevante.

Acer prevede che una maggiore partecipazione dei consumatori ai mercati della flessibilità potrebbe generare fino a 29,1 miliardi di euro di benefici ogni anno in Europa, riducendo congestioni sulla rete, costi di bilanciamento e parte degli investimenti necessari per gestire la crescita delle rinnovabili.

La ragione è semplice. Con la diffusione delle rinnovabili dovrà aumentare anche il numero di consumatori attivi, dotati di impianti fotovoltaici, batterie domestiche, auto elettriche, pompe di calore, elettrodomestici connessi e altri sistemi intelligenti. Tecnologie che permettono a famiglie e imprese di produrre, accumulare e gestire energia, adattando i consumi alle ore centrali della giornata, quando sole e vento generano più elettricità e i prezzi sono più bassi. Nelle ore serali, invece, la situazione si ribalta con il calo della produzione solare e l'aumento della domanda.

Gestire questi sbalzi diventa essenziale per contenere i costi della transizione. Nei Paesi dell'Europa occidentale e meridionale, stima Acer, una maggiore partecipazione dei consumatori ai mercati della flessibilità potrebbe tradursi in risparmi fino a 300 euro l'anno per un nucleo domestico standard e avvicinarsi ai 1.000 euro per le famiglie dotate di auto elet

trica e pompa di calore. I segnali di cambiamento sono già visibili nei dati di Accenture ed Eurelectric, la principale associazione europea dell'industria elettrica, pubblicati nel rapporto "Power2People".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

L'indagine, condotta su oltre 2.000 famiglie in 12 Paesi europei, tra cui l'Italia, mostra che il 77% dei consumatori ha modificato le proprie abitudini per ridur

re i consumi energetici. Quasi una famiglia su due (49%) ha realizzato interventi di efficientamento nell'abitazione, il 27% ha sostituito la caldaia e il 22% ha ins

tallato pannelli solari. Lo stesso studio però rivela che le opportunità offerte dalla transizione energetica restano ancora poco con

osciute dai consumatori. Il 78% delle famiglie europee non partecipa in modo attivo alla transizione energetica. Più di un consumatore su due non conosce le soluzioni offerte dai fornitori per ridurre i consumi o gestire meglio la bolletta, mentre i costi iniziali continuano a rappresentare il principale ostacolo all'adozione di tecnologie come pompe di calore, batterie domestiche e dispositivi intelligenti. La nota positiva è che tra i consumatori che conoscono e utilizzano questi strumenti i livelli di soddisfazion

e superano spesso l'80%. Acer richiama i risultati dell'indagine "Power2People" per evidenziare come uno dei principali ostacoli alla diffusione della flessibilità sia ancora la scarsa conoscenza degli strumenti disponibili da parte dei consumatori. Secondo l'Agenzia, il problema non è tanto l'assenza di strumenti quanto la difficoltà di diffonderli e renderli accessibili su larga scala. La sfida consiste ora nel trasferire ai clienti i segnali provenienti dal mercato elettrico. Al momento, osserva Acer, il 59% delle famiglie europee continua a utilizzare tariffe a prezzo fisso o regolato. Soluzioni che hanno svolto un ruolo importante di protezione durante la crisi energetica, garantendo maggiore prevedibilità della spesa, ma che riducono la capacità di trasferire ai consumatori i vantaggi delle ore in cui l'energia rinnovabile è più abbondante e i prezzi all'ingrosso scendono ai minimi. Per questo Acer ritiene necessario ampliare la gamma di offerte disponibili, affiancando ai tradizionali contratti a prezzo fisso formule più dinamiche, multiorarie o ibride, capaci di adattarsi alle diverse esigenze dei consumatori e di valorizzare la flessibilità del sistema elettrico. In questo scenario, il valore si sposta progressivamente dal chilowattora ai servizi. Le utility sono chiamate a guidare famiglie e imprese nella gestione dell'energia attraverso tecnologie, strumenti digitali e nuove formule contrattuali capaci di trasformare la flessibilità in una risorsa per il sistema elettrico. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Economia del Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

IL FUTURO DEGLI ACQUISTI

SHOPPING? CI PENSA L'AGENTE SVOLTANELL'ECOMMERCE

Google porta l'intelligenza artificiale dal motore di ricerca al carrello universale grazie al dialogo con l'assistente virtuale che seleziona, confronta e acquista i prodotti. Il responsabile Suresh Ganapathy: «Le persone dovranno solo descrivere ciò che cercano, il resto lo fa il sistema». Il nodo dei pagamenti

ALESSIA CRUCIANI


IL FUTURO DEGLI ACQUISTI

SHOPPING? CI PENSA L'AGENTE SVOLTA NELL'ECOMMERCE

«Hai visto il dinosauro?». È la domanda che ti rivolgono un po' tutti i googlers dopo aver visitato il campus di Google a Mountain View. Si chiama Stan, è un T-Rex ed è la star del Googleplex, il nucleo storico dell'enorme quartier generale dell'azienda in Silicon Valley. Stan viene decorato per il Natale, il Pride Month e altre ricorrenze. Ma, soprattutto, rappresenta una filosofia. È la copia di un vero T-Rex battuto all'asta da Christie's nel 2020 per la cifra record di 31,8 milioni di dollari. I fondatori di Google, Sergey Brin e Larry Page, hanno voluto esporne un esemplare in bronzo per ricordare che, quando 66 milioni di anni fa un meteorite colpì la Terra, gli unici dinosauri sopravvissuti furono quelli che si erano già evoluti in uccelli. Perché, di fronte a cambiamenti dirompenti, solo le aziende capaci di evolversi rapidamente possono sopravvivere e crescere. E oggi l'evoluzione di Google si chiama "e-commerce agentico".

Per spostarsi, molti dipendenti utilizzano le celebri gbikes, le biciclette colorate che da anni rappresentano uno dei simboli della vita quotidiana in azienda. E così, pedalando tra gli oltre 150 edifici che oggi compongono il campus - dal Googleplex alle avveniristiche costruzioni di Bay View, riconoscibili per i grandi tetti ondulati coperti di pannelli solari - si arriva al palazzo CL2 Crittenden. È qui che incontriamo Suresh Ganapathy, senior director consumer shopping product di Google, per parlare di quella che potrebbe diventare una delle trasformazioni più profonde dell'e-commerce.

«Noi vediamo gli agenti Ai come strumenti in grado di aiutare le persone a risolvere problemi complessi e attività ripetitive o noiose, lavorando per loro conto», spiega.

Basta chiederell concetto può sembrare astratto. In realtà sono oltre un miliardo gli utenti che ogni giorno si dedicato ad attività di shopping attraverso Google. Finora, il commercio online ha funzionato più o meno allo stesso modo: si cerca un prodotto, si confrontano decine di risultati, si leggono recensioni, si controllano prezzi e disponibilità. Un processo che richiede tempo e attenzione. L'idea di Google è spostare buona parte di questo lavoro sugli agenti Ai. «Se una persona vuole acquistare una bicicletta per il proprio figlio, deve effettuare numerose ricerche e confronti. Ora baste descrivere la situazione all'agente: età del bambino, esperienza, budget, esigenze specifiche.

Sarà l'intelligenza artificiale a esaminare prodotti, recensioni e caratteristiche per proporre una selezione ragionata. E concludere l'acquisto», chiarisce Ganapathy.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

È un approccio che riflette una filosofia molto radicata nel campus di Mountain View. Google da anni cerca di eliminare piccoli attriti dalla vita quotidiana dei propri dipendenti. Nei suoi edifici si trovano lavanderie, servizi dedicati ai neogenitori, spazi dove le mamme possono tirare il latte e numerose altre facilitazioni pensate per liberare tempo ed energie.

L'obiettivo dell'e-commerce agentico è simile: togliere complessità dall'esperienza di acquisto.

Il cuore del progetto è Universal Cart, il nuovo carrello universale annunciato durante Google I/O, la conferenza degli sviluppatori in cui Sundar Pichai, il ceo di Alphabet, la società che controlla Google, ha illustrato le novità in arrivo.

Il carrello intelligente non sarà legato a un singolo sito o negozio. Potrà raccogliere prodotti individuati durante una ricerca su Google, una conversazione con Gemini e, in prospettiva, anche durante la visione di un video su YouTube o la lettura di una mail in Gmail. «Una volta inserito un prodotto, il sistema continua a lavorare in background. Monitora l'andamento dei prezzi, segnala sconti, avvisa quando un articolo torna disponibile e verifica eventuali incompatibilità tra prodotti diversi. Se si inserisce nel carrello una bicicletta per un bambino di cinque anni e per errore si aggiunge un casco da adulto, il sistema può individuare il problema e suggerire una soluzione più adatta», aggiunge entusiasta Ganapathy.

Fiduciall passaggio successivo riguarda il pagamento. Attraverso i cosiddetti Agentic Payments, gli utenti potranno autorizzare l'agente a completare acquisti rispettando criteri prestabiliti: budget massimo, marchi preferiti, prodotti specifici e negozi autorizzati. «L'utente deve sempre sentirsi in controllo - sottolinea Ganapathy -. La tecnologia punta a rendere gli acquisti più fluidi, ma non a sostituire le decisioni delle persone. Per questo abbiamo costruito il sistema in modo che le persone possano stabilire regole molto precise: quanto spendere, quali marchi preferire, quali negozi utilizzare. L'agente può agire autonomamente solo all'interno di questi limiti». La fiducia resta infatti uno degli aspetti più delicati. «Ogni operazione lascia una traccia verificabile e condivisa tra cliente e commerciante - continua -. Se qualcosa non va, o se si vuole effettuare un reso, tutte le parti hanno accesso alle stesse informazioni».

L'interazione avviene in forma conversazionale: basta spiegare all'agente ciò che si sta cercando e lasciare che svolga il lavoro dietro le quinte. Le prime funzionalità saranno lanciate negli Stati Uniti e successivamente estese ad altri mercati.

Una rivoluzione anche nel marketing: i brand hanno sempre investito per apparire nei risultati di ricerca. Ora dovranno imparare a convincere gli agenti? «Le persone ci descrivono i loro bisogni in modo molto più preciso rispetto a una ricerca tradizionale. E questo crea nuove occasioni per i brand di emergere nel momento giusto. Non solo per quelli più noti, ma anche per chi offre il prodotto migliore per una determinata esigenza». Insomma, nell'era dell'e-commerce agentico la sfida non sarà più comparire tra i risultati di ricerca ma diventare la risposta più adatta alla richiesta dell'utente. Altrimenti...

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

si resta dinosauri. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

IL SONDAGGIO IL SONDAGGIO

CONVINCE IL CONSULENTE AI MA VOGLIO ANCORA PAGARE IO

Il 69% degli italiani ha utilizzato algoritmi conversazionali per capire il commercio agentico. Il 65%, però, preferisce gestire in autonomia la transazione economica. La ricerca di Mastercard

GABRIELE PETRUCCIANI


IL SONDAGGIO

CONVINCE IL CONSULENTE AI
MA VOGLIO ANCORA PAGARE IO

Il 69% degli italiani ha utilizzato algoritmi conversazionali per capire il commercio agentico. Il 65%, però, preferisce gestire in autonomia la transazione economica. La ricerca di Mastercard

GIORNATE DI VALUTAZIONE GRATUITA
MILANO
30 giugno e 1 luglio 2026
su appuntamento dalle 10.00 alle 17.00
presso i nostri uffici di via Brisa 3

Prenotate il vostro appuntamento

VIA BRISA, 3 - 20123 MILANO

L'intelligenza artificiale ha già conquistato una parte del carrello degli italiani, ma non ancora il portafoglio. Se il 70% la utilizza per orientare i propri acquisti, la maggioranza continua a voler mantenere il controllo sulle decisioni finali. Insomma, la tecnologia è entrata nelle abitudini di consumo; la delega, per ora, no.

È quanto emerge dalla ricerca Shaping the new era of payments, now realizzata da AstraRicerche per Mastercard e presentata in occasione del Mastercard Innovation Forum 2026.

La questione non è più se gli italiani siano pronti a utilizzare nuove tecnologie, ma fino a che punto siano disposti ad affidare loro attività che fino a ieri richiedevano un intervento umano.

Negli ultimi sei mesi nove italiani su dieci hanno utilizzato strumenti di Ai e oltre un terzo lo ha fatto per cercare prodotti, confrontare alternative o decidere cosa acquistare.

L'intelligenza artificiale, dunque, è già presente in molte fasi dell'esperienza di acquisto: il 69% degli intervistati ha utilizzato strumenti conversazionali per comprendere meglio un prodotto, il 68,1% ha sperimentato assistenti post-acquisto e il 65,4% sistemi capaci di suggerire prodotti. Esperienze che ricevono anche valutazioni elevate, con giudizi medi superiori a 7,5 su 10. Una familiarità che sta aprendo la strada a una nuova fase: quella degli agenti intelligenti in grado non solo di assistere, ma di agire.

È il terreno del commercio agentico, dove un assistente Ai può cercare offerte, confrontare opzioni, negoziare condizioni e arrivare fino al completamento di un acquisto. L'interesse non manca. A spingere gli italiani verso la sperimentazione sono soprattutto la possibilità di risparmiare denaro trovando offerte migliori (22,9%), il risparmio di tempo nelle attività ripetitive (15,8%) e la curiosità verso la tecnologia (15,1%). Gli ambiti nei quali la delega appare più accettabile sono gli abbonamenti ai servizi ricorrenti (48,6%), la spesa alimentare periodica (45,4%) e gli acquisti culturali come libri ed eventi (45%). La disponibilità, però, si ferma davanti alla richiesta di mantenere il controllo. Il 70,2% degli italiani ritiene indispensabile poter comprendere e verificare le decisioni prese dall'agente Ai, mentre il 65,5% preferisce che il sistema si limiti a fornire supporto senza acquistare direttamente. Non a caso il 36,9% non accetterebbe mai che un'intelligenza artificiale completasse un acquisto in piena autonomia. «È un tema di fiducia, che è fondamentale, e va affrontato educando il consumatore - osserva Luca Corti, country manager Italia di Mastercard -. Quello che va spiegato bene è che pur affidandosi a un agente Ai il consumatore mantiene sempre il controllo. L'ultimo miglio resta comunque

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

nelle sue mani». Il nodo, quindi, è soprattutto culturale, puntualizza ancora Corti: «la fiducia arriverà attraverso l'esperienza concreta e l'utilizzo di tecnologie sempre più robuste per verificare l'identità e l'intento del consumatore».

Lo stesso equilibrio tra apertura e cautela emerge anche guardando oltre l'Ai conversazionale, sia nel campo della robotica sia in quello delle valute digitali. Quasi un italiano su tre (31,2%) si dichiara già pronto ad acquistare un robot dotato di Ai per la vita quotidiana, mentre la preoccupazione più diffusa resta quella della perdita di posti di lavoro (21,4%).

Timori e speranzeUna paura che Corti smonta: «quello che vedo io è che tutte le nuove tecnologie convivono bene. L'Ai prende forma umana nei robot, ed è una tecnologia di cui non dobbiamo avere paura. Nessuno ci ruberà il lavoro. Anzi, la produttività delle aziende e dello Stato aumenterà». Guardando poi alle valute digitali, le stablecoin continuano a suscitare interesse, ma restano ancora poco note al grande pubblico. Tra chi le conosce prevalgono curiosità e voglia di approfondimento, mentre gli utilizzi immaginati riguardano soprattutto investimenti, pagamenti internazionali e possibili alternative ai sistemi tradizionali. Sul loro futuro come strumento di pagamento Corti resta prudente, «mentre nei pagamenti commerciali tra aziende vediamo casi d'uso molto interessanti e investimenti che stanno già prendendo forma». Dalla diffusione dell'Ai alle valute digitali, la ricerca fotografa dunque un'Italia aperta all'innovazione ma poco incline alle deleghe in bianco. La disponibilità a sperimentare cresce, ma cresce anche la richiesta di sicurezza, trasparenza e controllo. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Economia del Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

EVOLUZIONI

COME CAMBIA L'OCCUPAZIONE SE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ACCORCIA LA SETTIMANA

L'Ai fa risparmiare fino a un giorno di lavoro: succede nel 70% dei casi in India e nel 33% in Italia, dove la usa già il 62% degli addetti front-desk nelle medie e grandi imprese Il problema è che si perde la capacità di decidere. I nuovi dati

CHIARA SOTTOCORONA


EVOLUZIONI

COME CAMBIA L'OCCUPAZIONE SE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ACCORCIA LA SETTIMANA

L'Ai fa risparmiare fino a un giorno di lavoro: succede nel 70% dei casi in India e nel 33% in Italia, dove la usa già il 62% degli addetti front-desk nelle medie e grandi imprese Il problema è che si perde la capacità di decidere. I nuovi dati

Alla vigilia del G7 di Evian, il presidente francese Emmanuel Macron ha accolto a Nizza il 14 giugno il primo ministro indiano Narendra Modi per inaugurare «Bharat Innovates 2026», primo grande salone delle tecnologie indiane, con 120 startup deep-tech al Palais des Expositions. L'India, ormai terza potenza tecnologica mondiale, capace di formare oltre un milione di ingegneri l'anno, è anche il Paese che ha adottato più rapidamente l'intelligenza artificiale: la usa il 95% dei lavoratori. Mentre in Francia e in Italia è il 62% degli impiegati front-desk, nelle medie e grandi imprese, a utilizzarla ogni settimana.

Sono i dati rivelati il 3 giugno dal survey mondiale «Ai at Work» del Boston consulting group. Un'indagine condotta su 11 mila 749 impiegati e manager di aziende da diecimila dipendenti in su, in 14 mercati, per capire come l'intelligenza artificiale sta ridefinendo la natura e l'organizzazione del lavoro, con quali rischi e benefici.

Pro e controQuasi tre quarti degli intervistati (72%) afferma che l'intelligenza artificiale ha già modificato in modo significativo le competenze e quasi la metà rivela di dedicare più tempo alla gestione e supervisione dell'Ai che al lavoro svolto prima.

Soltanto un terzo si sente abbastanza preparato, mentre l'88% dei lavoratori intervistati dichiara di avere bisogno «di una formazione significativa nei prossimi cinque anni per acquisire le competenze necessarie nel lavoro potenziato dall'Ai». C'è anche un 41% che segnala «un maggior carico cognitivo».

Il beneficio è invece nelle ore di lavoro ridotte: il 70% dei lavoratori indiani riesce a risparmiare un'intera giornata lavorativa a settimana, ma negli Usa avviene solo per il 42% e in Italia per il 33%. Il risparmio di tempo è maggiore nei settori marketing, information technology, finanza e data science. Ma il «save time» non corrisponde necessariamente al «save cost».

Un paradosso evidenziato dalla ricerca è che, benché in media il 42% dei lavoratori risparmino fino a otto ore la settimana grazie all'Ai, «la maggior parte delle organizzazioni non ha ancora imparato a convertire questo tempo in valore».

La vera sfida oggi è più organizzativa e manageriale che tecnologica. «La prima ondata di adozione dell'Ai si è focalizzata sulla produttività individuale, la prossima necessita una trasformazione collettiva del lavoro - dice Vincianne Beauchene, partner di Bcg e coautrice dello studio -. Occorre una strategia

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

chiara con priorità ben definite e comunicate all'interno dell'organizzazione - spiega Sylvain Duranton, leader mondiale di Bcg-X (la sezione tecnologica della società di consulenza) -. Piuttosto che investire in nuovi tool è importante ridisegnare il flusso di lavoro. Misurare l'efficacia e il grado di soddisfazione, anziché il grado di adozione». Per ottenere benefici bisogna che le persone siano informate e al centro del progetto di trasformazione. Altrimenti si rischiano dispersione e diffidenza.

CompetenzeÈ un problema discusso anche al convegno «Ai e mercato del lavoro: trasformazioni, competenze e organizzazione», che si è svolto a Milano il 12 maggio. «Stiamo assistendo a un passaggio decisivo: le macchine non sono più solo strumenti, ma interlocutori cognitivi - spiega la relatrice Gianna Martinengo, ceo di Dkts e presidente di Women&Tech -. L'affidamento continuo ai suggerimenti generati dagli algoritmi può determinare un'attenuazione di competenze fondamentali, come il pensiero critico o la capacità di risolvere problemi. È necessario sviluppare modelli in cui l'intelligenza artificiale agisca come fattore di potenziamento, senza sostituire la capacità umana di valutare e decidere».

È già evidente la paura di essere sostituiti dagli algoritmi e di perdere il posto di lavoro, espressa non soltanto dal 56% degli indiani, ma anche da quasi la metà dei lavoratori inglesi (49%) e spagnoli (45%), o da quasi un terzo dei francesi. In Italia il grado di preoccupazione è più basso (22%), perché la penetrazione dell'Ai nelle aziende è più lenta e meno profonda.

«C'è ancora un forte divario tra le imprese medio grandi, dove l'intelligenza artificiale è in via di adozione quasi nell'80% dei casi, e le piccole, dove è usata da meno del 10% - dice Elisabetta Paddeu, senior manager Ict di Gi Group, multinazionale italiana del lavoro sostenibile con servizi di consulenza per le risorse umane in 37 Paesi -. Rispetto all'Ai generativa abbiamo visto che c'è un'iniziativa diffusa a livello individuale nell'adottarla da parte dei lavoratori, che le aziende a volte sono in ritardo a governare».

Paddeu è co-autrice di un'ampio studio rilasciato quest'anno da Gi Group: «La Grande transizione: come l'intelligenza artificiale riscrive il lavoro e il ruolo dell'Hr». Le risorse umane svolgono un ruolo centrale per gestire il cambiamento portato dall'Ai. «C'è un forte aumento della domanda di profili con competenze di Ai, che abbiamo misurato negli annunci su Linkedin - osserva Paddeu-: non solo per i ruoli tecnici, anche in settori come marketing, customer-care, logistica, uffici legali. Se finora la decisione di adottare l'Ai era motivata dalla riduzione di costi, ora il problema della strategia è diventato centrale per un'adozione che permetta un vero miglioramento dei flussi di lavoro. Ma occorre un coinvolgimento consapevole dei dipendenti». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'INTERVENTO

L'IA È GIÀ ENTRATA IN AZIENDA ORA TOCCA AI BOARD: UN OBBLIGO PER STRATEGIA, RISCHI E CULTURA

La sua velocità di diffusione supera la capacità dei consigli di governarla. Per questo deve diventare un argomento stabile nelle agende dei cda, senza delegare ai manager o ai tecnici: è una responsabilità di chi governa le imprese

Marco Giorgino


L'IA È GIÀ ENTRATA IN AZIENDA ORA TOCCA AI BOARD: UN OBBLIGO PER STRATEGIA, RISCHI E CULTURA

L'intelligenza artificiale è già dentro le imprese: nei processi operativi, nelle relazioni con i clienti, nella gestione dei rischi. Ma nella maggior parte dei consigli di amministrazione, il modo di governare questa trasformazione non ha ancora raggiunto la maturità che richiede. La velocità di diffusione dell'IA oggi è superiore a quella dei board di governarla. Colmare questo divario è una delle sfide più urgenti.

La questione non riguarda soltanto la tecnologia, ma il governo dell'impresa nel suo complesso. L'IA modifica i modelli di business, ridisegna le catene del valore, crea nuove fonti di vantaggio competitivo e, al tempo stesso, introduce categorie di rischio che i framework tradizionali faticano a catturare. Per questo il tema deve entrare stabilmente nell'agenda dei board, non come argomento da delegare al management o a un comitato tecnico, ma come dimensione trasversale della strategia e della governance stessa.

Il primo piano su cui i board sono chiamati a interrogarsi è quello strategico. L'IA non è una leva di efficienza operativa da adottare in modo incrementale: è una tecnologia che può ridefinire i confini di un settore, accelerare l'ingresso di nuovi competitori, rendere obsoleti modelli di business consolidati nel giro di pochi anni. I cda devono chiedersi con la stessa sistematicità con cui valutano un'acquisizione o un piano di investimenti in quale misura l'IA stia cambiando il contesto competitivo, quali opportunità offre e con quale velocità è necessario muoversi per non perdere posizioni. Questo significa valutare le scelte di adozione dell'IA non soltanto nella loro dimensione tecnica, ma nei loro effetti strategici: sull'offerta di prodotti e servizi, sul posizionamento, sul profilo di rischio dell'impresa. L'inerzia, in questo contesto, ha un costo. Accanto alla dimensione strategica, l'IA introduce rischi che i board devono imparare a presidiare con strumenti adeguati.

Alcuni sono già noti, anche se spesso sottovalutati: il rischio reputazionale legato a decisioni automatizzate opache o discriminatorie, il rischio di sicurezza informatica, il rischio di non conformità. Altri sono più difficili da inquadrare: il rischio di dipendenza tecnologica da fornitori esterni, di perdita di controllo su processi decisionali delegati agli algoritmi, il rischio che l'IA amplifichi errori o bias presenti nei dati su cui è stata addestrata.

Su tutti questi fronti, il board non può limitarsi a ricevere rassicurazioni dal management. Deve porre domande precise, come le modalità di identificazione e monitoraggio dei rischi AI-related, le relative

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

responsabilità all'interno dell'organizzazione, la presenza di meccanismi di controllo adeguati, le modalità di tracciabilità delle decisioni prese con il supporto di sistemi automatizzati. L'AI governance, intesa come l'insieme di politiche, processi e controlli che regolano l'uso dell'IA nell'impresa, deve diventare un capitolo stabile del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

Tutto questo pone una questione diretta sulla composizione e sulle competenze dei board. Non si tratta di trasformare i consiglieri in esperti di machine learning. Si tratta di garantire che all'interno del consiglio esista una adeguata cultura dell'IA, intesa come capacità di comprendere come funzionano questi sistemi, di conoscerne i relativi limiti, di sapere quali decisioni possono supportare e quali no, di considerare quali rischi introducono e come possono essere governati. Senza questa cultura di base, il board non è in grado di esercitare la propria funzione di supervisione strategica in modo efficace. Questo ha implicazioni concrete sui processi di selezione e di valutazione dei consiglieri. La diversity di competenze nei board oggi deve includere esplicitamente la dimensione digitale e tecnologica. Questo non necessariamente deve avvenire attraverso la presenza di un esperto di IA, ma attraverso un livello diffuso di consapevolezza. Parallelamente, la formazione continua dei consiglieri su questi temi non è più un optional. È una condizione necessaria per esercitare il mandato in modo responsabile. L'IA cambia anche il modo in cui i board lavorano. Strumenti di analisi basati sull'IA possono migliorare la qualità e la tempestività dei flussi informativi verso il consiglio, consentendo una lettura più rapida e più granulare di dati complessi, dai segnali di rischio emergenti alle dinamiche competitive, dagli indicatori di performance ai trend regolatori. Usati correttamente, questi strumenti possono rendere il lavoro del board più informato e più efficace. Ma l'automazione di alcune funzioni di analisi e monitoraggio non deve mai tradursi in una delega impropria del giudizio. Il board deve restare il luogo in cui i dati vengono interpretati, le ipotesi messe in discussione, le decisioni assunte con piena consapevolezza. L'IA può supportare il processo decisionale, ma non può e non deve sostituire la responsabilità che è propria degli organi di governo. La corporate governance di qualità, nell'era dell'IA, è quella che sa integrare le potenzialità di questa tecnologia senza perdere il controllo su di essa. Che sa fare le domande giuste, presidiare i rischi nuovi, cogliere le opportunità che il cambiamento offre. E che, soprattutto, mantiene al centro ciò che nessun algoritmo può sostituire: il giudizio, l'indipendenza, la responsabilità. * Docente di Istituzioni e Mercati Finanziari e presidente di Nedcommunity ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

crea problemi sociali: va governata o farà danni come ne ha fatti la finanza

Per l'AI servono regole globali

GIULIO TREMONTI


CREA PROBLEMI SOCIALI: VA GOVERNATA O FARÀ DANNI COME NE HA FATTI LA FINANZA

PER L'AI SERVONO REGOLE GLOBALI

Come cinque secoli fa l'invenzione della stampa a caratteri mobili ha diffuso il sapere, fino ad allora custodito e monopolizzato dalla Chiesa nei suoi monasteri, come ne Il nome della Rosa , così oggi, con il salto dalla carta alla rete, la storia si ripete ma al contrario, con il sapere che è di nuovo verticalizzato e concentrato nelle mani degli «oligarchi» della rete. Come nella Montagna Incantata il gesuita Naphta dice che tutto nel suo mondo è cambiato con il passaggio da Tolomeo a Copernico, così oggi la Silicon Valley, dominando tanto Wall Street quanto Capitol Hill, concentra ed esercita un potere senza limiti, sviluppato universalmente sulla rete e sintetizzato nell'intelligenza artificiale. Questo un caso in cui l'aggettivo artificiale incombe sul sostantivo intelligenza e quasi lo assorbe, un po' come in Goethe con Mefistofele che ghermisce l'anima di Faust.

Ma andiamo alle origini. C'è una leggenda sull'origine della rete: i tecnici che la sviluppavano dicevano di avere una «visione». Ma anche al «Dipartimento di Stato» avevano una visione. Terminata la Guerra fredda si consentì infatti che internet uscisse dai forzieri militari in cui era nato per svilupparlo in base al più estremo laissez-faire regolamentare e fiscale, dato l'obiettivo strategico di irradiare e diffondere nel mondo i valori occidentali. È stato così che rivoluzione digitale e globalizzazione politica sono state contemporanee e tra di loro complementari.

Nel 1994 in controtendenza rispetto al pensiero allora dominante ho scritto un libro intitolato: Il fantasma della povertà . C'era scritto che si stava passando dalle «res» alle «new properties», dalla vecchia ricchezza materiale a nuove e sofisticate forme di ricchezza «immateriale». E poi nel 1998 su Liberal un articolo sui conseguenti effetti politici: Ce la farà Tocqueville ad avere la meglio su internet? . Un articolo in cui era scritto che: «Nel labirinto informatico l'intelligenza naturale può perdersi o cedere ed essere sostituita da forme di intelligenza artificiale non solo invasiva ma tout court sostitutiva delle mente umana».

Oggi è evidente il rischio che l'AI produca effetti negativi e non limitati al mondo del lavoro, ma estesi alle strutture sociali: dallo straniamento alla solitudine nella moltitudine, dal nichilismo all'esplosione della violenza irrazionale, dal distacco dalla politica al populismo. E non solo questo: tra evoluzione e salto di specie il rischio delle possibili mutazioni va molto oltre.

Un caso su tutti: il nostro cervello ci si presenta oggi come una macchina estremamente sofisticata, ma finora unica. E pure oggi non si può escludere l'apparizione di un novum organum , come nel linguaggio dei francescani di Oxford: un cervello fatto da componenti artificiali. Con effetti drammatici, per esempio nel campo militare: non più l'uomo che uccide l'uomo, ma la macchina che decide di uccidere

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

l'uomo. Oggi quello che è certo è che la politica non può più procedere come l' Angelus novus , con la testa rivolta all'indietro. Finora le classi dirigenti hanno creduto nel mercato, in un'idea che da ultimo è degenerata nella finanza. Dopo la crisi globale del 2008 fu rilevato dall'Italia che non si poteva vivere in un mondo in cui l'unica regola era che non ci fossero regole. Fu fatta allora la proposta di introdurre un Global Legal Standard, una proposta che fu tuttavia battuta dal fanatico crematismo della finanza. Oggi che ai vecchi pericoli se ne aggiungono di nuovi e peggiori è di nuovo tornata la ragione per pensare alla necessità di regole non solo locali, ma globali come è globale l'AI. E dunque regole valide non solo negli USA e nell'Unione Europea, ma anche in Cina. Oppure c'è un'altra e non così remota ipotesi. L'ipotesi che la storia del sapere faccia un altro salto, ma questa volta all'indietro: l'ipotesi che nel suo sviluppo illimitato l'IA divori sé stessa, con la fine prossima ventura dell'energia necessaria per produrla sulla Terra!

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023