Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

venerdì, 19 giugno 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

venerdì, 19 giugno 2026

Coop Alleanza 3.0

18/06/2026 **Largo Consumo** 6
Coop Alleanza 3.0 consolida la crescita

18/06/2026 **ilsole24ore.com** *Enrico Netti* 7
Formazione e lavoro, opportunità per 19 giovani talenti neolaureati

18/06/2026 **vita.it** *Antonietta Nembri* 9
Per i manager Coop di domani si punta all'alta formazione

18/06/2026 **Aise.it** 11
Contemporary Art from an Ancient Land Young Palestinian Artists: all'Accademia di Belle Arti di Bologna la mostra conclusiva

18/06/2026 **GSChannel** 13
Close the Gap', campagna Coop per la prima volta in un luogo pubblico a Roma (Rotocalco delle 21:00)

Area Emilia Romagna

19/06/2026 **Corriere Romagna** Pagina 26 14
Taglio del nastro per una nuova Coop in centro

18/06/2026 **Chiamami Citta** 15
Coop sbarca a Cattolica e apre un nuovo punto vendita

18/06/2026 **Rimini Today** 16
Apre in pieno centro un nuovo supermercato: sarà aperto fino alle 21, con gastronomia e prodotti da forno

19/06/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 33 17
«Noi insieme a Coop Alleanza contro gli stereotipi di genere»

18/06/2026 **emiliaromagnanews.it** 18
Bologna, al via la terza edizione del 'Festival Suoni di Pace'

18/06/2026 **Rimininotizie.net** 22
"La bellezza di essere me", sulle spiagge dell'Adriatico il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza 3.0

18/06/2026 **RavennaNotizie.it** 23
"La bellezza di essere me", sulle spiagge dell'Adriatico il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza 3.0

18/06/2026 **ravennawebtv.it** 24
Al via la 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro"

19/06/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)** Pagina 69 27
All'Arena Coop il cinema C'è 'Cime Tempestose'

18/06/2026 **Sesto Potere** 28
CreAzioni - Festival di teatro e scuola Elisabetta Turroni. La vittoria è andata all'Istituto Pascal Comandini

18/06/2026 **Sesto Potere** 30
Al via la 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro"

18/06/2026 **Voce** 33
Pranzo solidale a Campogalliano: 'Insieme a tavola'arriva a Saliceto Buzzalino

Area Marche e Abruzzo

18/06/2026 **Abruzzo News** 34
ARCO Consumatori promuove i servizi essenziali ma chiede più attenzione per anziani e disabili

18/06/2026 **Il Pescara** 35
L'indagine di Arco Consumatori sui supermercati pescaresi: bene i servizi di base ma più attenzione a disabili e anziani

19/06/2026 **Ilmascalzone.it** 36
Rock e poesia. Vasco acceleratore quantico di particelle emotive

Area Sud e Isole

18/06/2026 **Ansa.it** 43
Restyling da 3,5 milioni di euro per l'Ipercoop di Molfetta

18/06/2026 **GDO News** 44
Ipercoop Molfetta riapre rinnovato tra freschi, servizi e ristorazione

18/06/2026 **molfettaviva.it** 45
Inaugurato oggi l'Ipercoop di Molfetta, dopo il restyling da 3 milioni e mezzo di euro - VIDEO

18/06/2026 **My Fruit** 48
Coop Alleanza3.0: rinnovato ipercoop di Molfetta

18/06/2026 **Trm Tv** 50
Molfetta, inaugurato il nuovo Ipercoop dopo il restyling da 3,5 milioni

18/06/2026 **Trm Tv** 51
Riapre l'Ipercoop di Molfetta: investimento di 3,5 milioni per un nuovo restyling

18/06/2026 **Trm Tv** 52
Riapre l'Ipercoop di Molfetta: investimento di 3,5 milioni per un nuovo restyling

18/06/2026 **Molfetta Viva** 53
Nuovo volto per l'Ipercoop di Molfetta

Controllate e partecipate

19/06/2026 **Italia Oggi** Pagina 12 54
Anche Ivass valuterà le offerte bancarie

19/06/2026 **MF** Pagina 7 *ANDREA DEUGENI E LUCA GUALTIERI* 55
Agricole pronto a salire in Bpm

19/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 32 *Andrea Ducci* 57
«L'opas su Mps? Governo neutrale Ma per Intesa possibili prescrizioni»

19/06/2026 **La Stampa** Pagina 24 59
Agricole può salire in Bpm Giorgetti in pressing su Intesa-Montepaschi

19/06/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 6 61
Giorgetti: «Neutrali su Mps»

19/06/2026 **Libero** Pagina 22 *Benedetta Vitetta* 63
La linea Giorgetti sulle banche «Tifo Italia e più concorrenza»

19/06/2026 **Libero** Pagina 22 65
Unicredit e Intesa in coabitazione nel Leone triestino

19/06/2026 **MF** Pagina 9 *ANNA MESSIA* 66
Assicurazioni con 5 mld in più

19/06/2026 **Il Messaggero** Pagina 17 68
Ivass apre il cantiere sulle assicurazioni Indagine su Rc auto e stretta rischi IA

19/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 18 69
Il contributo delle imprese nella gestione dell'emergenza

Coop e Cooperazione

18/06/2026 **Onda Tv** *Marinella Bezzu* 70
Supermercati sotto la lente: promossi pulizia e cortesia, ma anziani e disabili incontrano ancora troppi ostacoli

18/06/2026 **Mixer Planet** 72
Packaging ortofrutticolo, la filiera si prepara al PPWR con Bestack

18/06/2026 **Forme Online** 74
Nova Coop assegna premi di risultato per 4 milioni

19/06/2026 **La Nazione (ed. Firenze)** Pagina 56 75
Unicoop e Accademia della Fiorentina Alleanza per valorizzare la bistecca La 'regina' candidata all'Unesco

19/06/2026 **La Repubblica (ed. Firenze)** Pagina 7 76
L'arte dei beccai fiorentini diventa patrimonio Unesco

Concorrenza GDO

19/06/2026 **Il Venerdì di Repubblica** Pagina 112 *IRENE ALISON* 77
Supermercato libero

19/06/2026 **Corriere della Sera (ed. Milano)** Pagina 12 *f.m.* 79
Brioche e drink al supermercato

19/06/2026 **Italia Fruit** 80
Lidl racconta l'ortofrutta italiana: torna "Freschezza in tutti i sensi"

19/06/2026 **Corriere della Sera (ed. Torino)** Pagina 3 *P. Coc.* 82
Una via delle scienze per l'ex Westinghouse

19/06/2026 **La Repubblica (ed. Torino)** Pagina 4 *STEFANIA AOI* 83
Centro commerciale più piccolo e alleanza con il Politecnico così rinascerà l'ex Westinghouse

19/06/2026 **La Stampa (ed. Torino)** Pagina 41 85
Svolta Westinghouse

19/06/2026 **Il Cittadino** Pagina 3 87
Un dibattito con scambio di accuse in Commissione

19/06/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 15 88
Asta deserta Nulla di fatto per il market di via Nobili

19/06/2026 **Il Giornale Di Vicenza** Pagina 19 89
Tentano di rubare al market e aggrediscono la direttrice

Economia, consumi e società

19/06/2026 **Italia Oggi** Pagina 15 *ANNA CARINI* 90
Franchising, effetto moltiplicatore

19/06/2026 **Italia Oggi** Pagina 16 *MARCO A. CAPISANI* 92
Coin scommette sulla casa per il rilancio e guarda a pet, tech e food per diversificare

19/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 13 *Luigia Ierace* 93
Fragola della Basilicata, la prima stagione Igp vale oltre 60 milioni

19/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 11 *Maria Teresa Manuelli* 95
Birrificio Angelo Poretti rafforza il suo legame con il territorio

19/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 13 *Davide Madeddu* 97
Sassari, il packaging anti-spreco nato dagli scarti di liquirizia

19/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 9 *R.R.* 99
Pil, il Sud supera ancora il Nord grazie agli investimenti pubblici

19/06/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 33 *Ilaria Ioannone, Gabriele Sepio* 101
Vendite solidali, va dichiarata la quota destinata a donazione

19/06/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 21 102
Rc auto, si muove l'Antitrust «Le polizze più salate d'Europa»

Innovazione e mondo digitale

19/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 6 *MASSIMO GAGGI* 103
AI, l'italiano al tavolo dei big: «Il problema non sono i governi ma le aziende private Usa»

19/06/2026 **Corriere della Sera** Pagina 35 *Maria Elena Viggiano* 105
«L'industria spinta dal digitale, serve investire di più sulle Reti»

19/06/2026 **La Stampa** Pagina 13 *Fabrizio Goria* 107
Aziende, allarme algoritmi "L'intelligenza artificiale ha fatto aumentare i divari"

19/06/2026 **La Stampa** Pagina 13 *Luca Monticelli* 109
Pignataro: "Subito incentivi per l'Ai"

19/06/2026 **L'Espresso** Pagina 68 *MAURIZIO DI FAZIO* 110
I nostri dati una miniera per pochi

Largo Consumo

Coop Alleanza 3.0

Coop Alleanza 3.0 consolida la crescita

Il bilancio 2025 di Coop Alleanza 3.0 chiude con un utile netto consolidato di gruppo di 38,5 milioni (+20,4 sul 2024) e un risultato della cooperativa di 50,2 milioni (da 11). Le vendite a insegna salgono a 5.869 milioni (+2,3%), con MDD al 31% e crescita di ortofrutta (+23,3 milioni; +5,3% in quantità) e freschissimi (+38,4 milioni; +3%). La gestione retail resta negativa a -15,1 milioni ma migliora di 30,5 milioni; le gestioni non retail chiudono con un attivo di 101,8 milioni. In uno scenario di consumi tesi, investiti oltre 100 milioni su rete e tecnologia: 3 aperture e 40 riqualificazioni. Prestito sociale a 2.851 milioni (+16%) con remunerazione media 1,5%. «Abbiamo scelto di non arretrare, continuando a investire in convenienza e a rafforzare il legame con i soci», sottolinea la cooperativa. Il presente abstract, generato automaticamente mediante sistemi di intelligenza artificiale, ha esclusivamente finalità di sintesi del contenuto dell'articolo e non ne costituisce parte integrante. Largo Consumo non garantisce la piena corrispondenza al testo integrale e declina ogni responsabilità per eventuali errori, inesattezze o omissioni derivanti dal processo automatizzato di generazione.



Largo Consumo

Coop Alleanza 3.0 consolida la crescita

06/18/2026 09:32 Virginia Ventura

Il bilancio 2025 di Coop Alleanza 3.0 chiude con un utile netto consolidato di gruppo di 38,5 milioni (+20,4 sul 2024) e un risultato della cooperativa di 50,2 milioni (da 11). Le vendite a insegna salgono a 5.869 milioni (+2,3%), con MDD al 31% e crescita di ortofrutta (+23,3 milioni; +5,3% in quantità) e freschissimi (+38,4 milioni; +3%). La gestione retail resta negativa a -15,1 milioni ma migliora di 30,5 milioni; le gestioni non retail chiudono con un attivo di 101,8 milioni. In uno scenario di consumi tesi, investiti oltre 100 milioni su rete e tecnologia: 3 aperture e 40 riqualificazioni. Prestito sociale a 2.851 milioni (+16%) con remunerazione media 1,5%. «Abbiamo scelto di non arretrare, continuando a investire in convenienza e a rafforzare il legame con i soci», sottolinea la cooperativa. Il presente abstract, generato automaticamente mediante sistemi di intelligenza artificiale, ha esclusivamente finalità di sintesi del contenuto dell'articolo e non ne costituisce parte integrante. Largo Consumo non garantisce la piena corrispondenza al testo integrale e declina ogni responsabilità per eventuali errori, inesattezze o omissioni derivanti dal processo automatizzato di generazione.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ilsole24ore.com

Coop Alleanza 3.0

Formazione e lavoro, opportunità per 19 giovani talenti neolaureati

È prevista l'assunzione a tempo indeterminato e il percorso punta a creare una nuova classe di manager

Enrico Netti


ilsole24ore.com

Formazione e lavoro, opportunità per 19 giovani talenti neolaureati

È prevista l'assunzione a tempo indeterminato e il percorso punta a creare una nuova classe di manager

06/18/2026 08:32 Enrico Netti

Selezionare 19 giovani neolaureati da avviare in un progetto di lavoro e alta formazione che include un master totalmente gratuito di un anno. È questo l 'obiettivo di «Coop next new generation» avviato da Coop in collaborazione con l'Università Cattolica che punta allo sviluppo, dopo un percorso teorico e pratico, di una nuova classe di manager. Per il momento i 19 che verranno selezionati, indispensabile aver conseguito una laurea magistrale, verranno assunti con un contratto a tempo indeterminato nelle principali aree strategiche delle cooperative di consumatori: marketing e comunicazione, rete di vendita e sviluppo, supply chain, risorse umane, sostenibilità e innovazione, It e organizzazione. L'assunzione a tempo indeterminato è attiva dal primo giorno del talent program e prevede una retribuzione annua lorda di partenza di 25.700 euro, insieme al pacchetto di assistenza sanitaria, previdenza integrativa, iniziative di welfare aziendale previste dai contratti integrativi di lavoro, e appunto la partecipazione gratuita al Master universitario di II livello, l'esperienza residenziale prevista dal programma, un percorso strutturato di sviluppo manageriale per la crescita professionale all'interno delle cooperative di consumo. «Coop Next si inserisce all'interno di un rinnovato impegno che le cooperative di consumatori hanno deciso di perseguire proprio con l'obiettivo di attrarre e trattenere giovani talenti - dice Milco Traversa, direttore settore politiche del lavoro e welfare dell'Associazione nazionale cooperative di consumatori (Ancc-Coop) - ed è un progetto che si aggiunge agli altri percorsi di formazione che le cooperative attivano sui propri territori. Nell'ultimo anno più di 44mila dipendenti ne hanno fatto parte e ai percorsi di carriera già in essere negli ultimi 3 anni sono stati 2000 i dipendenti Coop che ne hanno beneficiato. Ci piace pensarlo come l'avvio di un percorso di rinnovamento del nostro management». Per i 19 partecipanti, infatti, è prevista una "dote" speciale: un talent program di 12 mesi, in aula e sul campo, con un master universitario di II livello in «Management della cooperazione di consumo» organizzato in collaborazione con Scuola Coop dall'Università Cattolica del Sacro Cuore - SMEA, Alta Scuola di Management ed Economia Agro-alimentare, presso la sede di Cremona. Completamente gratuito e con copertura dei costi di residenzialità per la frequenza, il Master prevede l'alternarsi di moduli teorici di formazione con esperienze dirette nelle cooperative e un retail tour all'estero per entrare in contatto con l'esperienza delle altre cooperative di consumatori in Europa. «È un investimento concreto e importante stimato in circa un milione di euro che tutte le cooperative hanno ritenuto opportuno fare. È al tempo stesso un progetto sfidante con il quale vogliamo impegnarci a creare professionalità tali da unire alle capacità di business una conoscenza del modo specifico di

fare impresa cooperativa - sottolinea Ernesto Dalle Rive, presidente Ancc-Coop - se riusciamo nel nostro intento diamo avvio a un progetto replicabile nel medio lungo termine». Le selezioni si protrarranno fino al 13 settembre. Per candidarsi: https://it.grafton.com/.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

vita.it

Coop Alleanza 3.0

Per i manager Coop di domani si punta all'alta formazione

Antonietta Nembri


VITA
vita.it

Per i manager Coop di domani si punta all'alta formazione

06/18/2026 11:08 Antonietta Nembri

Al via "Coop Next New Generation" un progetto che include un Master di un anno organizzato in collaborazione con Scuola Coop dall'università Cattolica. Fion dall'avvio del corso, entreranno nelle cooperative di consumatori 19 giovani neolaureati assunti con contratto a tempo indeterminato. Per loro un talent program teorico e pratico di 12 mesi. Selezioni aperte fino al 13 settembre Si cercano manager per la Coop del futuro. E in questa ricerca si guarda a: giovani, neolaureati, pronti a cogliere un'opportunità di ingresso e sviluppo professionale in una delle principali realtà della grande distribuzione organizzata italiana . Ma anche a spendersi e assumere responsabilità in un modello di impresa che unisce sostenibilità, innovazione, attenzione alle persone e al territorio. Il progetto Si rivolge a loro "Coop Next New Generation", il progetto di lavoro e alta formazione attraverso cui le cooperative di consumo puntano a investire concretamente sui talenti del futuro. Saranno 19 i giovani neolaureati – è richiesto aver conseguito una laurea magistrale – che entreranno a fine selezione (che durerà fino al 13 settembre ; per candidarsi: https://it.grafton.com/ I 19 saranno assunti con un contratto a tempo indeterminato nelle principali aree strategiche delle cooperative di consumatori: marketing e comunicazione, rete di vendita e sviluppo, supply chain, risorse umane, sostenibilità e Innovazione, IT e organizzazione. Contesti appassionanti, complessi e dinamici, nei quali entrare con una marcia in più. "Management della cooperazione di consumo" Per i partecipanti è previsto un talent program di 12 mesi, in aula e sul campo, con un Master Universitario di II livello in "Management della cooperazione di consumo" organizzato in collaborazione con Scuola Coop dall'Università Cattolica del Sacro Cuore – Smea,

Al via Coop Next New Generation un progetto che include un Master di un anno organizzato in collaborazione con Scuola Coop dall'università Cattolica. Fion dall'avvio del corso, entreranno nelle cooperative di consumatori 19 giovani neolaureati assunti con contratto a tempo indeterminato. Per loro un talent program teorico e pratico di 12 mesi. Selezioni aperte fino al 13 settembre Si cercano manager per la Coop del futuro. E in questa ricerca si guarda a: giovani, neolaureati, pronti a cogliere un'opportunità di ingresso e sviluppo professionale in una delle principali realtà della grande distribuzione organizzata italiana . Ma anche a spendersi e assumere responsabilità in un modello di impresa che unisce sostenibilità, innovazione, attenzione alle persone e al territorio. Il progetto Si rivolge a loro Coop Next New Generation, il progetto di lavoro e alta formazione attraverso cui le cooperative di consumo puntano a investire concretamente sui talenti del futuro. Saranno 19 i giovani neolaureati è richiesto aver conseguito una laurea magistrale che entreranno a fine selezione (che durerà fino al 13 settembre ; per candidarsi: https://it.grafton.com/ I 19 saranno assunti con un contratto a tempo indeterminato nelle principali aree strategiche delle cooperative di consumatori: marketing e comunicazione, rete di vendita e sviluppo, supply chain, risorse umane, sostenibilità e Innovazione, IT e organizzazione. Contesti appassionanti, complessi e dinamici, nei quali entrare con una marcia in più. Management della cooperazione di consumo Per i partecipanti è previsto un talent program di 12 mesi, in aula e sul campo, con un Master Universitario di II livello in Management della cooperazione di consumo organizzato in collaborazione con Scuola Coop dall'Università Cattolica del Sacro Cuore Smea, Alta Scuola di Management ed Economia Agro-alimentare, nella sede di Cremona. Completamente gratuito e con copertura dei costi di residenzialità per la frequenza, il Master prevede l'alternarsi di moduli teorici di formazione con esperienze dirette nelle cooperative e un retail tour all'estero per entrare in contatto con l'esperienza delle altre cooperative di consumatori in Europa. L'assunzione a tempo indeterminato è attiva dal primo giorno del Talent Program e prevede una Ral di partenza di 25.700, insieme al pacchetto di assistenza sanitaria, previdenza integrativa, iniziative di welfare aziendale previste dai contratti integrativi di lavoro, e appunto la partecipazione gratuita al Master Universitario di II livello, l'esperienza residenziale prevista dal programma, un percorso strutturato di sviluppo manageriale per la crescita professionale all'interno delle cooperative di consumo. L'obiettivo di attrarre giovani talenti «Coop Next si inserisce all'interno di un rinnovato impegno che le cooperative di consumatori hanno deciso di perseguire proprio con l'obiettivo di attrarre e trattenere giovani talenti », conferma Milco Traversa direttore settore politiche del

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

lavoro e welfare dell'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori Ancc-Coop «ed è un progetto che si aggiunge agli altri percorsi di formazione che le cooperative attivano sui propri territori (nell'ultimo anno più di 44.000 dipendenti ne hanno fatto parte) e ai percorsi di carriera già in essere (negli ultimi 3 anni sono stati 2000 i dipendenti Coop che ne hanno beneficiato). Ci piace pensarlo come l'avvio di un percorso di rinnovamento del nostro management». « È un investimento concreto e importante stimato in circa 1 milione di euro che tutte le cooperative hanno ritenuto opportuno fare. È al tempo stesso un progetto sfidante con il quale vogliamo impegnarci a creare professionalità tali da unire alle capacità di business una conoscenza del modo specifico di fare impresa cooperativa», conclude Ernesto Dalle Rive presidente Ancc-Coop «se riusciamo nel nostro intento diamo avvio a un progetto replicabile nel medio lungo termine». In apertura photo by Vitaly Gariev on Unsplash Nessuno ti regala niente, noi sì Hai letto questo articolo liberamente, senza essere bloccato dopo le prime righe. Ti è piaciuto? L'hai trovato interessante e utile? Gli articoli online di VITA sono in larga parte accessibili gratuitamente. Ci teniamo sia così per sempre, perché l'informazione è un diritto di tutti. E possiamo farlo grazie al supporto di chi si abbona.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Aise.it

Coop Alleanza 3.0

Contemporary Art from an Ancient Land Young Palestinian Artists: all'Accademia di Belle Arti di Bologna la mostra conclusiva


Aise.it

Contemporary Art from an Ancient Land – Young Palestinian Artists: all'Accademia di Belle Arti di Bologna la mostra conclusiva

06/18/2026 19:50 Editrice Sogedi

BOLOGNA\ aise\ - Mercoledì prossimo, 24 giugno, alle ore 17, nelle sale espositive sotterranee dell' Accademia di Belle Arti di Bologna si inaugura la mostra conclusiva di " Contemporary Art from an Ancient Land – Young Palestinian Artists ", il progetto internazionale che porta in Italia il lavoro di quattro giovani artiste palestinesi selezionate dal Visual Arts Forum di Ramallah , tra le più promettenti voci emergenti della scena artistica contemporanea palestinese. Promosso dal Visual Arts Forum di Ramallah, dall'Accademia di Belle Arti di Bologna e dallo Studio Antonello Ghezzi , il progetto nasce con l'obiettivo di valorizzare il talento delle nuove generazioni di artiste e artisti palestinesi e di affermare il ruolo dell'arte come strumento di dialogo, conoscenza reciproca e mediazione tra culture e popoli. La mostra, visitabile fino al 20 luglio, rappresenta l'esito pubblico di una residenza artistica che ha visto protagoniste le artiste Noran Abumuhsin, Carmel Khalil, Natal Khasib e Hadeel Quraan , ospiti a Bologna dal 4 al 28 giugno, con il coordinamento di Carlo Branzaglia, e un testo critico di Guido Molinari. Durante il soggiorno le artiste hanno partecipato alle attività didattiche dell'Accademia e a un articolato percorso di incontri, workshop e confronti con docenti, curatori, artisti e studenti, sviluppando i propri progetti negli spazi della sede di via del Guasto. Le opere presentate in mostra restituiscono prospettive personali e collettive sulla contemporaneità palestinese, intrecciando memoria, identità, appartenenza, trasformazione sociale e immaginazione del futuro. Linguaggi differenti – dalla pittura al mixed media, dalla scultura alle pratiche interdisciplinari – dialogano all'interno di un percorso espositivo che testimonia la vitalità della ricerca artistica proveniente da un territorio spesso raccontato esclusivamente attraverso la cronaca. L'origine del progetto risale alla primavera del 2025, quando il duo artistico bolognese Antonello Ghezzi (Nadia Antonello e Paolo Ghezzi) ha svolto una residenza presso il Visual Arts Forum di Ramallah, in Cisgiordania, grazie a un programma promosso da Anna Lindh Foundation. Da quell'esperienza è nata la volontà di costruire un'opportunità concreta di scambio culturale e formazione internazionale per giovani artiste palestinesi, offrendo loro la possibilità di sviluppare il proprio lavoro in dialogo con la comunità artistica e accademica italiana. Fondato nel 2002, il Visual Arts Forum di Ramallah è una delle principali istituzioni culturali palestinesi impegnate nella promozione dell'arte contemporanea, della formazione artistica e dell'inclusione sociale attraverso la cultura. Attraverso programmi educativi, sostegno ai giovani artisti, attività di supporto psicologico e iniziative rivolte alla comunità, il Forum promuove l'arte come strumento di crescita individuale e sviluppo collettivo. L'immagine guida dell'intero progetto è un ritratto collettivo delle quattro artiste realizzato dal noto fumettista e attivista Gianluca Costantini, da anni impegnato nella difesa dei diritti umani attraverso il disegno

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e la comunicazione visiva. L'opera è stata prodotta in una tiratura speciale di 10 esemplari, destinata alle artiste e ai partner del progetto come testimonianza simbolica di questa esperienza di incontro e collaborazione. Il progetto internazionale è promosso da Visual Arts Forum Ramallah, Accademia di Belle Arti di Bologna e Studio Antonello Ghezzi, con il contributo di Legacoop Bologna, Camst e Coop Alleanza 3.0, insieme a Camplus e Scuderie Future Food Living Lab, con la collaborazione di Fondazione Gramsci Emilia Romagna e Parsec. (aise).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

GSChannel

Coop Alleanza 3.0

Close the Gap', campagna Coop per la prima volta in un luogo pubblico a Roma (Rotocalco delle 21:00)



[CLICCARE SULL'IMMAGINE PER LA RIPRODUZIONE DEL VIDEO] per raccontare lo sforzo collettivo dell'Unione. Fra soggetti diversi. Il fare rete. E di fronte all'urgenza del momento, testimoniando il percorso di Coop. In questi anni realizzato collaborando con tanti compagni di strada Preziosi. E ciò che rappresenta la campagna di Coppa sulla differenza di genere. Close The Gap, giunta per la prima volta in un luogo pubblico a Roma, trovando lo spazio all'interno della Galleria. Alberto Sordi insegna della collettività e della pluralità. L'appuntamento Una piazza per parlare di educazione alle relazioni Porto Parco. Tutti gli attori che in questi ultimi cinque anni di campagna, tolto in vario modo il percorso di Coppa. Sull'uguaglianza di genere. in un mondo oramai molto condizionato dai social. Ma i social? Tecnologia? Prima essere relazione tra persone, ecco, e tornare all'origine del dialogo, cioè l'educazione affettiva. È importante quindi la campagna dire fare amare alla volontà. Tutti ai nostri soci sono i promotori di questa necessità, quanto l'educazione affettiva nelle scuole. Sia la chiave di cambiamento. Per evitare la terribile attualità che tutti i giorni dobbiamo affrontare il ciberbullismo, l'incomunicabilità alla violenza di genere. Quindi l'educazione affettiva come Grimaldello per migliorare le relazioni e nel mondo nel quale vive. dal momento di riflessione e spettacolo. Proposto dallo scrittore e insegnante Enrico Galiano, con un estratto della sua lezione Show sull'Educazione alle relazioni Mare di Copy. Per Galliano è importante perché rispetto agli altri Paesi, l'Italia sui temi riguardanti l'emotività è piuttosto indietro. Siamo molto indietro. Molti Paesi fanno l'educazione. Sesso affettiva come una materia qualsiasi, come storia, come inglese, matematica. Da anni ormai, mentre noi, insomma, su questo abbiamo visto, siamo ancora un po' che ci dobbiamo lavorare qui. Invece noi oggi vogliamo proprio ragionare su come si può fare questa cosa in classe. E siccome non c'è bisogno di aver paura di questo tipo di lezioni. I dati Istat e quelli di numerose associazioni confermano che la strada da percorrere per colmare il divario di genere è ancora lunga. Il tema di questa giornata, quindi, è fondamentale per Gino Cecchetti, presidente della Fondazione Giulio Cicchetti, essere un traguardo collettivo. Noi come Fondazione Giudice, che ti stiamo facendo il nostro partner cercando di dare un contributo a questo percorso, soprattutto dal punto di vista educativo. Riteniamo fondamentale che per colmare quel gap bisogna partire dall'educazione, soprattutto dall'educazione. La scuola primaria dell'infanzia. E a seguire, e perché solo così formeremo delle generazioni dove essi guarderanno in faccia, guardando una persona uguale a noi, con gli stessi diritti, con le stesse possibilità. Romana di Close The Gap. Alla Galleria Sordi di Roma è stata presente anche la campagna Diritto a stare bene, che ha raccolto testimonianze su benessere. Il disagio lanciato la proposta di legge per la psicologia pubblica territoriale

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere Romagna

Area Emilia Romagna

Taglio del nastro per una nuova Coop in centro


CATTOLICA
VALCONCA
Canale Ventena, il centrodestra: «Indecoroso in piena stagione»
Taglio del nastro per una nuova Coop in centro
In arrivo la Disco Diva Week Cinque giorni di vintage e dj set
La "Iena" Andrea Agresti in vacanza a San Clemente
Visita romantica alla Rocca di Montefiore

CATTOLICA I residenti del centro possono tirare un sospiro di sollievo.

Mercoledì scorso, infatti, è stato inaugurato il nuovo supermercato Coop di via Marx.

Si tratta di una riapertura molto attesa, soprattutto dopo la chiusura del supermercato sotto piazza Repubblica, l'ultimo dei tre store che in passato servivano la zona del centro cittadino e il quartiere Violina - Casette - Porto.

Una situazione di disagio che aveva portato anche ad una raccolta firme tra i residenti.

«L'apertura del nuovo punto vendita Coop Villa Fastiggi rappresenta un segnale importante di fiducia nella nostra città e nel nostro territorio - sottolinea la sindaca Franca Foronchi - Un investimento che arricchisce l'offerta commerciale cittadina, crea nuove opportunità di lavoro e rafforza i servizi di prossimità a disposizione di residenti e ospiti».

A gestire il nuovo punto vendita, la Coop Villa Fastiggi di Pesaro che, per il nuovo store, con una superficie di 150 metri quadri e 2300 articoli esposti, ha assunto 10 nuovi addetti. Il punto vendita, per tutta la stagione estiva, effettuerà orario continuato dalle 7.30 alle 21, dal lunedì al sabato e dalle 8 alle 21 la domenica.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Chiamami Citta

Area Emilia Romagna

Coop sbarca a Cattolica e apre un nuovo punto vendita



Chiamami Citta

Coop sbarca a Cattolica e apre un nuovo punto vendita

06/18/2026 15:33

Un nuovo supermercato Coop apre le porte a Cattolica. L'inaugurazione si è svolta nella mattinata di mercoledì 17 giugno in via Carlo Marx 6, dove la cooperativa pesarese Coop Villa Fastiggi ha dato il via alla propria attività commerciale nel territorio romagnolo. L'apertura assume un significato particolare per la cooperativa, che nel 2026 celebra i 120 anni dalla fondazione e raggiunge così il traguardo del settimo punto vendita. Alla cerimonia erano presenti, tra gli altri, il presidente di Coop Villa Fastiggi Valter Colonesi , la sindaca di Cattolica Franca Foronchi , la presidente di Coop Italia Maura Latini e numerosi rappresentanti del territorio. La benedizione dei locali è stata impartita da don Andrea Scognamiglio. Per il presidente Colonesi si tratta di un passaggio importante nella storia della cooperativa. " Per noi è un traguardo importante perché ci permette di proporre il nostro modello di negozio di vicinato in Romagna e da oggi considerarci marchignoli ", ha dichiarato durante l'inaugurazione. Soddisfazione è stata espressa anche dalla sindaca Franca Foronchi, che ha sottolineato il valore dell'investimento per la città. " L'apertura del nuovo punto vendita Coop Villa Fastiggi rappresenta un segnale importante di fiducia nella nostra città e nel nostro territorio. Un investimento che arricchisce l'offerta commerciale cittadina, crea nuove opportunità di lavoro e rafforza i servizi di prossimità a disposizione di residenti e ospiti ", ha affermato il primo cittadino. La sindaca ha inoltre rivolto " i migliori auguri di buon lavoro al presidente Valter Colonesi, alla presidente di Coop Italia Maura Latini, a tutto il personale e ai nuovi collaboratori ". Il nuovo punto vendita è stato realizzato in locali completamente ristrutturati e dispone di una superficie di vendita di circa 150 metri quadrati . Sugli scaffali trovano spazio 2.300 articoli , dei quali il 60% a marchio Coop e il restante 40% appartenente ai principali marchi presenti sul mercato. All'interno è stato inoltre allestito un banco gastronomia con prodotti da forno, salumi e latticini provenienti da fornitori del

Un nuovo supermercato Coop apre le porte a Cattolica. L'inaugurazione si è svolta nella mattinata di mercoledì 17 giugno in via Carlo Marx 6, dove la cooperativa pesarese Coop Villa Fastiggi ha dato il via alla propria attività commerciale nel territorio romagnolo. L'apertura assume un significato particolare per la cooperativa, che nel 2026 celebra i 120 anni dalla fondazione e raggiunge così il traguardo del settimo punto vendita. Alla cerimonia erano presenti, tra gli altri, il presidente di Coop Villa Fastiggi Valter Colonesi , la sindaca di Cattolica Franca Foronchi , la presidente di Coop Italia Maura Latini e numerosi rappresentanti del territorio. La benedizione dei locali è stata impartita da don Andrea Scognamiglio. Per il presidente Colonesi si tratta di un passaggio importante nella storia della cooperativa. Per noi è un traguardo importante perché ci permette di proporre il nostro modello di negozio di vicinato in Romagna e da oggi considerarci marchignoli , ha dichiarato durante l'inaugurazione. Soddisfazione è stata espressa anche dalla sindaca Franca Foronchi, che ha sottolineato il valore dell'investimento per la città. L'apertura del nuovo punto vendita Coop Villa Fastiggi rappresenta un segnale importante di fiducia nella nostra città e nel nostro territorio. Un investimento che arricchisce l'offerta commerciale cittadina, crea nuove opportunità di lavoro e rafforza i servizi di prossimità a disposizione di residenti e ospiti , ha affermato il primo cittadino. La sindaca ha inoltre rivolto i migliori auguri di buon lavoro al presidente Valter Colonesi, alla presidente di Coop Italia Maura Latini, a tutto il personale e ai nuovi collaboratori . Il nuovo punto vendita è stato realizzato in locali completamente ristrutturati e dispone di una superficie di vendita di circa 150 metri quadrati . Sugli scaffali trovano spazio 2.300 articoli , dei quali il 60% a marchio Coop e il restante 40% appartenente ai principali marchi presenti sul mercato. All'interno è stato inoltre allestito un banco gastronomia con prodotti da forno, salumi e latticini provenienti da fornitori del territorio. L'apertura ha portato anche nuove opportunità occupazionali. Per garantire il funzionamento del negozio sono stati infatti assunti 10 nuovi addetti alla vendita , che hanno seguito un percorso formativo di oltre un mese nei punti vendita Coop di Pesaro. Il supermercato sarà aperto per tutta la stagione estiva con orario continuato: dal lunedì al sabato dalle 7.30 alle 21 , mentre la domenica dalle 8 alle 21 . I clienti potranno inoltre aderire alla cooperativa direttamente nel punto vendita, accedendo così alle agevolazioni, agli sconti e alla raccolta punti riservata ai soci. Coop Villa Fastiggi aderisce a Coop Italia ma mantiene la propria autonomia gestionale, confermando il forte legame con il territorio marchigiano e ampliando ora la propria presenza anche in Romagna.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Rimini Today

Area Emilia Romagna

Apre in pieno centro un nuovo supermercato: sarà aperto fino alle 21, con gastronomia e prodotti da forno


Rimini Today

Apre in pieno centro un nuovo supermercato: sarà aperto fino alle 21, con gastronomia e prodotti da forno

06/18/2026 15:57

La cooperativa pesarese apre in via Carlo Marx nell'anno del 120° anniversario dalla fondazione. Il nuovo negozio servirà residenti e turisti con oltre 2.300 prodotti in assortimento Nell'anno in cui ricorre il 120° anniversario della sua fondazione, Coop Villa Fastiggi ha aperto il suo settimo punto vendita e ha scelto di farlo a Cattolica. Come sostiene il presidente Valter Colonesi: "Per noi è un traguardo importante perché ci permette di proporre il nostro modello di negozio di vicinato in Romagna e da oggi considerarci marchignoli". "L'apertura del nuovo punto vendita Coop Villa Fastiggi rappresenta un segnale importante di fiducia nella nostra città e nel nostro territorio – interviene la sindaca di Cattolica Franca Foronchi -. Un investimento che arricchisce l'offerta commerciale cittadina, crea nuove opportunità di lavoro e rafforza i servizi di prossimità a disposizione di residenti e ospiti. Ringrazio Coop Villa Fastiggi per aver scelto Cattolica e rivolgo i migliori auguri di buon lavoro al presidente Valter Colonesi, alla presidente di Coop Italia Maura Latini, a tutto il personale e ai nuovi collaboratori". Leggi le notizie di RiminiToday su WhatsApp: iscriviti al canale La benedizione dei locali è stata officiata da Don Andrea Scognamiglio. Il punto vendita è situato in via Carlo Marx 6, nel cuore della città, a servizio di cittadini e turisti. Per tutta la stagione estiva effettuerà orario continuato dalle 7,30 alle 21, dal lunedì al sabato e 8-21 la domenica. Il locale, appositamente ristrutturato, dispone di 150 metri quadrati di area vendita e 2300 articoli esposti, di cui 60 per cento a marchio Coop e 40 per cento tra i principali marchi in commercio. È dotato di un banco gastronomia dove trovare prodotti da forno, salumi e lattici provenienti da fornitori locali. Per il suo regolare funzionamento, è stato assunto

La cooperativa pesarese apre in via Carlo Marx nell'anno del 120° anniversario dalla fondazione. Il nuovo negozio servirà residenti e turisti con oltre 2.300 prodotti in assortimento Nell'anno in cui ricorre il 120° anniversario della sua fondazione, Coop Villa Fastiggi ha aperto il suo settimo punto vendita e ha scelto di farlo a Cattolica. Come sostiene il presidente Valter Colonesi: "Per noi è un traguardo importante perché ci permette di proporre il nostro modello di negozio di vicinato in Romagna e da oggi considerarci marchignoli". "L'apertura del nuovo punto vendita Coop Villa Fastiggi rappresenta un segnale importante di fiducia nella nostra città e nel nostro territorio - interviene la sindaca di Cattolica Franca Foronchi -. Un investimento che arricchisce l'offerta commerciale cittadina, crea nuove opportunità di lavoro e rafforza i servizi di prossimità a disposizione di residenti e ospiti. Ringrazio Coop Villa Fastiggi per aver scelto Cattolica e rivolgo i migliori auguri di buon lavoro al presidente Valter Colonesi, alla presidente di Coop Italia Maura Latini, a tutto il personale e ai nuovi collaboratori". Leggi le notizie di RiminiToday su WhatsApp: iscriviti al canale La benedizione dei locali è stata officiata da Don Andrea Scognamiglio. Il punto vendita è situato in via Carlo Marx 6, nel cuore della città, a servizio di cittadini e turisti. Per tutta la stagione estiva effettuerà orario continuato dalle 7,30 alle 21, dal lunedì al sabato e 8-21 la domenica. Il locale, appositamente ristrutturato, dispone di 150 metri quadrati di area vendita e 2300 articoli esposti, di cui 60 per cento a marchio Coop e 40 per cento tra i principali marchi in commercio. È dotato di un banco gastronomia dove trovare prodotti da forno, salumi e lattici provenienti da fornitori locali. Per il suo regolare funzionamento, è stato assunto uno staff di 10 nuovi addetti alla vendita, che hanno seguito un percorso di formazione di oltre un mese presso i punti vendita Coop di Pesaro. Abbonati alla sezione di inchieste Dossier di RiminiToday Coop Villa Fastiggi aderisce a Coop Italia, ma resta una realtà autonoma fortemente radicata sul territorio. Per chi desidera è possibile diventare socio presso il punto vendita, così da poter usufruire subito degli sconti e della raccolta punti riservata ai soci della cooperativa di consumo. Caricamento Si è verificato un errore. Nessuna domanda disponibile. Hai già risposto di recente. Torna più tardi. Grazie per aver risposto!

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Modena

Area Emilia Romagna

«Noi insieme a Coop Alleanza contro gli stereotipi di genere»



«Creare un contenuto che facesse riflettere». È stata questa la sfida lanciata alla classe 4L dell'Istituto Enrico Fermi di Modena nell'ambito di Bellacoopia, il progetto promosso da Legacoop Estense che avvicina gli studenti al mondo della cooperazione attraverso esperienze concrete e temi di grande attualità. La nostra classe ha lavorato insieme a Coop Alleanza 3.0 sul progetto "Close the Gap", una campagna dedicata alla promozione della parità di genere e al contrasto delle discriminazioni.

Prima di iniziare il lavoro, abbiamo avuto l'opportunità di conoscere più da vicino le attività della cooperativa e il suo impegno sociale, scoprendo come temi come inclusione e uguaglianza possano tradursi in iniziative concrete. La parte più difficile è stata trovare l'idea giusta. Dopo un confronto tra diverse proposte, abbiamo deciso di realizzare un reel capace di parlare direttamente ai nostri coetanei. L'obiettivo era mettere in scena alcune frasi che sentiamo spesso nella vita quotidiana e che, proprio perché ripetute continuamente, finiscono per sembrare normali. In realtà, molte di queste espressioni racchiudono stereotipi e pregiudizi che contribuiscono ad alimentare le disuguaglianze. Una volta definito il progetto, siamo passati alla scrittura dei testi. Eunice ha raccolto e sviluppato le frasi che sarebbero diventate il cuore del video, mentre tutta la classe ha partecipato alle riprese. Successivamente Luca si è occupato del montaggio, trasformando il materiale registrato in un prodotto finale chiaro ed efficace. Parallelamente, Eunice, Emanuele e Cristina hanno preparato la presentazione del progetto.

Il momento conclusivo è arrivato durante l'evento finale di Bellacoopia. Cristina ed Emanuele hanno presentato il lavoro davanti al pubblico e alla giuria, raccontando non solo il risultato finale ma anche il percorso svolto. L'accoglienza ricevuta è stata molto positiva e ci ha confermato che anche strumenti semplici e vicini al linguaggio dei giovani possono trasmettere messaggi importanti.

Questa esperienza ci ha insegnato che comunicare un tema sociale significa trovare il modo giusto per coinvolgere chi ascolta. Grazie a Bellacoopia e alla collaborazione con Coop Alleanza 3.0 abbiamo scoperto come creatività, lavoro di squadra e impegno possano trasformarsi in un'occasione concreta di crescita, confronto e cittadinanza attiva.

Istituto Enrico Fermi Classe 4L.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

emiliaromagnanews.it

Area Emilia Romagna

Bologna, al via la terza edizione del 'Festival Suoni di Pace'


emiliaromagnanews.it

Bologna, al via la terza edizione del 'Festival Suoni di Pace'

06/18/2026 08:59 Roberto Di Biase

Dal 18 al 21 giugno 2026, l'Associazione Inno alla Gioia promuove quattro giorni di concerti dedicati alla pace e al dialogo tra i popoli. Insieme sul palco i cori e le orchestre giovanili provenienti da Italia, Germania, Ucraina e Palestina. Raccolta fondi a sostegno del Conservatorio di Ramallah BOLOGNA – Promuovere la cultura della pace e il dialogo tra i popoli attraverso il linguaggio universale della musica, portando insieme sul palco giovani musicisti italiani, europei e provenienti dai territori di guerra di Ucraina e Palestina. Con questo obiettivo l' Inno alla Gioia dà il via alla terza edizione del 'Festival Suoni di Pace' , che si terrà dal 18 al 21 giugno 2026 a Bologna con nove concerti, in altrettanti luoghi diversi della città. La proposta musicale del Festival spazierà dalla musica da camera alla sinfonica, dal jazz al repertorio classico, fino a quello moderno con incursioni nella musica orientale e della tradizione araba. La manifestazione si accompagna a una raccolta fondi (attiva dal 15 al 22 giugno su tutti i canali dell'Associazione Inno alla Gioia e tramite QR code durante i concerti), che andrà a favore del Conservatorio Edward Said di Ramallah, rappresentato al Festival da dodici studenti palestinesi. Oltre settecento i giovani musicisti coinvolti nelle prime due edizioni della manifestazione, il cui ricavato è stato devoluto nel 2024 alla Fondazione Soleterre e nel 2025 a Medici Senza Frontiere. " Trasformare Bologna, per quattro giorni, in un teatro di pace e di solidarietà nel segno della musica e portare nella nostra città i ragazzi del Conservatorio di Ramallah è per noi un atto di fiducia nel futuro, che compiamo, nota dopo nota, insieme a tutti i nostri partner – ha detto la presidente dell'Associazione Inno alla Gioia , Natalia Bracci – Crediamo che non esista un modo più costruttivo di fare musica, se non attraverso atti concreti di condivisione e accoglienza. Il Festival nasce in risposta al desiderio, espresso tanto dai ragazzi della nostra scuola quanto dai nostri partner, di realizzare occasioni di incontro, scambio e impegno sociale, facendo leva sul potere della musica che non conosce

Dal 18 al 21 giugno 2026, l'Associazione Inno alla Gioia promuove quattro giorni di concerti dedicati alla pace e al dialogo tra i popoli. Insieme sul palco i cori e le orchestre giovanili provenienti da Italia, Germania, Ucraina e Palestina. Raccolta fondi a sostegno del Conservatorio di Ramallah BOLOGNA - Promuovere la cultura della pace e il dialogo tra i popoli attraverso il linguaggio universale della musica, portando insieme sul palco giovani musicisti italiani, europei e provenienti dai territori di guerra di Ucraina e Palestina. Con questo obiettivo l' Inno alla Gioia dà il via alla terza edizione del 'Festival Suoni di Pace' , che si terrà dal 18 al 21 giugno 2026 a Bologna con nove concerti, in altrettanti luoghi diversi della città. La proposta musicale del Festival spazierà dalla musica da camera alla sinfonica, dal jazz al repertorio classico, fino a quello moderno con incursioni nella musica orientale e della tradizione araba. La manifestazione si accompagna a una raccolta fondi (attiva dal 15 al 22 giugno su tutti i canali dell'Associazione Inno alla Gioia e tramite QR code durante i concerti), che andrà a favore del Conservatorio Edward Said di Ramallah, rappresentato al Festival da dodici studenti palestinesi. Oltre settecento i giovani musicisti coinvolti nelle prime due edizioni della manifestazione, il cui ricavato è stato devoluto nel 2024 alla Fondazione Soleterre e nel 2025 a Medici Senza Frontiere. " Trasformare Bologna, per quattro giorni, in un teatro di pace e di solidarietà nel segno della musica e portare nella nostra città i ragazzi del Conservatorio di Ramallah è per noi un atto di fiducia nel futuro, che compiamo, nota dopo nota, insieme a tutti i nostri partner - ha detto la presidente dell'Associazione Inno alla Gioia , Natalia Bracci - Crediamo che non esista un modo più costruttivo di fare musica, se non attraverso atti concreti di condivisione e accoglienza. Il Festival nasce in risposta al desiderio, espresso tanto dai ragazzi della nostra scuola quanto dai nostri partner, di realizzare occasioni di incontro, scambio e impegno sociale, facendo leva sul potere della musica che non conosce né differenze né confini". " Siamo felici che il 'Festival Suoni di Pace' torni anche quest'anno alla Mensa della Fraternità. - ha sottolineato, in proposito, il direttore di Caritas Bologna, Don Matteo Prosperini - Questo luogo appartiene a tutta la città, qui ogni giorno si condividono il pane, le fatiche e le speranze. La musica ci insegna che nessuno costruisce un'armonia da solo. Servono voci e strumenti diversi, capaci di ascoltarsi e di suonare insieme. In un tempo segnato da conflitti e divisioni, questa è una lezione di cui abbiamo particolarmente bisogno". "La pace - ha aggiunto - non accade magicamente, si costruisce ogni giorno nei luoghi che abitiamo e nelle relazioni che viviamo. Insieme alla Scuola Inno alla Gioia condividiamo anche l'impegno a non lasciare indietro nessuno, sostenendo borse di studio per bambini e ragazzi che altrimenti non avrebbero la possibilità di studiare musica

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

". Partner fin dalla prima edizione del Festival è la Fondazione Musica Insieme che, per voce della presidente Alessandra Scardovi, si è detta "felice di essere al fianco degli amici di Inno alla Gioia per il 'Festival Suoni di Pace', un progetto che afferma il valore della cultura come spazio di incontro e comprensione reciproca. Nella sua visione riconosciamo l'eredità ideale di Edward Said e Daniel Barenboim, che con la West-Eastern Divan Orchestra hanno dimostrato la forza del dialogo e della cooperazione. Oggi più che mai, Suoni di Pace, che da quest'anno porta la sua energia anche alla Casa Circondariale della Dozza, è un festival necessario, un'iniziativa che richiede impegno, responsabilità e coraggio, a cui Musica Insieme desidera offrire il proprio convinto sostegno". Quanto al programma, il Festival si aprirà il 18 giugno (ore 19:30) nella Sala Bossi del Conservatorio G.B. Martini con l'Orchestra dei Giovanissimi del Conservatorio, la Big Band del Liceo Musicale Lucio Dalla di Bologna, l'Orchestra di chitarre e l'Orchestra Giovanile A. Banchieri di Molinella. Si prosegue il 19 giugno (ore 19) alla Mensa della Fraternità di Caritas con il concerto dell'Ensemble di percussioni Inno alla Gioia , il Quartetto di sassofoni del Liceo Musicale Lucio Dalla e l'Ensemble Vokal Karlsruhe (Germania). In serata (ore 20:30) il concerto dell'Orchestra Bologna Sinfonica Junior al Teatro Laura Betti di Casalecchio di Reno (Bologna). Sabato 20 giugno il ' Festival Suoni di Pace' celebra la Giornata Mondiale del Rifugiato con due appuntamenti. Nel pomeriggio, all' Oratorio San Filippo Neri (ore 18), andrà in scena il concerto-conferenza di Carlo Ventura, a conclusione del laboratorio 'Sinfonie di Luce' , sviluppato con VID Art|Science e INBB Bologna. L'evento unisce musica e tecnologia grazie all'utilizzo di una telecamera iperspettrale che, durante l'esecuzione, renderà visibili in tempo reale i biofotoni emessi dai musicisti. Sul palco il Quartetto d'archi della Youth Symphony Orchestra of Ukraine , l'Ensemble Vokal Karlsruhe e il Coro Thomas Mann Gymnasium Stutensee di Karlsruhe. Sempre sabato 20 giugno, in Piazza Santo Stefano (ore 20:30), si esibiranno l'Ensemble Palestinese del Conservatorio di Ramallah, l'Ensemble Orientale di Prima Materia , le Scuole di musica Cemi di Bologna e Suzuki di Faenza e il coro di voci bianche della comunità gazawi di Bologna e di Inno alla Gioia . Dopo il concerto, sarà proiettato il documentario ' This Is Our Resistance' (2024) di Music and Resilience sui laboratori di musicoterapia realizzati nei campi profughi in Libano. Domenica 21 giugno, in occasione della Festa Internazionale della Musica, le note raggiungeranno la Casa Circondariale Dozza (ore 10:30) con un concerto dell'Ensemble Vokal Karlsruhe e dell'Orchestra Bologna Sinfonica Junior per le persone detenute. La mattina in musica prosegue al Teatro Mazzacorati 1763 (ore 11) con i concerti da camera dell'ensemble del Cemi di Bologna, del Circolo Musicale Bononcini di Vignola e dell'Accademia Musicale Moto Perpetuo di Macerata. Nel pomeriggio, al Parco della Montagnola (ore 17) sarà la volta del gruppo moderno dell'Istituto A. Banchieri di Molinella. Gran finale al Teatro Arena del Sole (ore 20:30) con il concerto dell' Orchestra e del Coro della Pace , composti da tutte le realtà musicali partecipanti al Festival. Su podio il M° Matteo Parmeggiani, direttore dell'Orchestra Fondazione Luciano Pavarotti. Sul palco anche il violinista Edoardo Lisi, vincitore del Premio Alberghini. Il programma sarà un viaggio nella musica dal mondo e

spazierà dalle più belle pagine del repertorio europeo ai brani della tradizione musicale palestinese, libanese e ucraina. L'ingresso è gratuito a tutti gli eventi, eccetto che per il concerto al Teatro Laura Betti di Casalecchio di Reno del 19 giugno (Intero: 10 euro | Under 12: 5 euro) e per il concerto del 21 giugno al Teatro Arena del Sole (Posto unico: 10 euro). Dopo Bologna, lo scambio culturale con i musicisti palestinesi proseguirà in Trentino Alto-Adige dal 27 giugno al 4 luglio. I dodici studenti del Conservatorio di Ramallah parteciperanno al corso di perfezionamento musicale della Scuola Inno alla Gioia a Fiera di Primiero (Trento), replicando il percorso già realizzato con i ragazzi della Youth Symphony Orchestra of Ukrain e nelle scorse edizioni. Il 28 giugno, inoltre, un concerto dell'ensemble palestinese sarà ospitato dal Trentino Music Festival a Mezzano. Il 'Festival Suoni di Pace' 2026 è ideato e promosso dall'Associazione Inno alla Gioia di Bologna, in collaborazione con una rete di partner istituzionali, artistici e operativi: Comune di Bologna, Fondazione Musica Insieme, Caritas Bologna, Conservatorio G.B. Martini , Open Group, Consorzio Arcolaio, Bologna per Gaza, Music and Resilience, Premio Alberghini . Con il supporto e il sostegno di Coop alleanza 3.0, Pelliconi e Avis. Con la partecipazione artistica di: Liceo Musicale Lucio Dalla , Cemi Bologna, Scuola Impullitti di Pianoro, Scuola Incontri di Stile di Borgo Panigale, Circolo Musicale Bononcin i di Vignola, Istituto A. Banchieri di Molinella, Coro Live Music School di San Pietro in Casale, Accademia Feronia di San Severino Marche, Accademia Musicale Moto Perpetuo di Macerata, Associazione Prima Materia di San Quirico in Collina (FI), Ensemble Vokal Karsruhe e Coro Thomas Mann Gymnasium Stutensee di Karlsruhe, Youth Symphony Orchestra of Ukraine , Conservatorio Edward Said di Ramallah. Con il supporto scientifico di: VID Art|Science e INBB Bologna. Il ' Festival Suoni di Pace' fa parte di Bologna Estate 2026, il cartellone di attività promosso e coordinato dal Comune e dalla Città metropolitana di Bologna - Territorio Turistico Bologna - Modena. BIGLIETTI Concerto al Teatro Laura Betti di Casalecchio di Reno | 19 giugno 2026 (ore 20:30) Intero: 10 euro - Ridotto under 12: 5 euro - Prevendite sul circuito Vivaticket. Concerto al Teatro Arena del Sole | 21 giugno 2026 (ore 20:30) Posto unico: 10 euro. Prevendite presso Bologna Welcome e sul circuito Vivaticket. L'ingresso è gratuito per tutti gli altri eventi. Raccolta fondi per il Conservatorio di Ramallah : attiva dal 15 al 22 giugno 2026 su tutti i canali della Scuola Inno alla Gioia e tramite QR code durante i concerti. Info: www.scuolainnoallagioia.it Associazione Inno alla Gioia - Fondata nel 2023 a Bologna, Inno alla Gioia APS opera nel campo della produzione musicale e della diffusione della cultura sul territorio, con la convinzione che l'eccellenza artistica debba essere alla portata di tutti, a partire dalle giovani generazioni. L'associazione agisce su più fronti, dalla didattica all'inclusione sociale, dalla creazione di nuovi pubblici alla collaborazione con enti pubblici e privati per il sostegno di persone rifugiate, bambini con disabilità e famiglie in difficoltà economica. I suoi due progetti culturali principali sono la rassegna 'Grandi Solisti Grandi Maestri' e il 'Festival Suoni di Pace'. L'Associazione Inno alla Gioia gestisce la Scuola di Musica Inno alla Gioia, con sede nel quartiere San Donato a Bologna. La scuola conta 30 insegnanti, oltre 220

allievi ed eroga ogni anno 10.000 euro in borse di studio. IL PROGRAMMA Giovedì 18 giugno 2026 Ore 19:30 - Conservatorio G. B. Martini di Bologna - Sala Bossi Concerto di apertura con Orchestra dei Giovanissimi del Conservatorio di Bologna, Big Band del Liceo Musicale Lucio Dalla di Bologna, Orchestra di chitarre A. Banchieri di Molinella, Orchestra Giovanile A. Banchieri di Molinella. Venerdì 19 giugno 2026 Ore 19:00 - Mensa della Fraternità di Caritas Bologna Concerto di Ensemble di percussioni Inno alla Gioia , Quartetto di sassofoni del Liceo Musicale Lucio Dalla di Bologna, Ensemble Vokal Karlsruhe (Germania). Ore 20:30 - Teatro Laura Betti di Casalecchio di Reno Concerto dell'Orchestra Bologna Sinfonica Junior. Sabato 20 giugno 2026 - Giornata Mondiale del Rifugiato Ore 18:00 - Oratorio San Filippo Neri Concerto-conferenza di Carlo Ventura in conclusione del laboratorio ' Sinfonie di Luce' , sviluppato con VID Art|Science e INBB Bologna. Sul palco il Quartetto d'archi della Youth Symphony Orchestra of Ukraine , l'Ensemble Vokal Karlsruhe e il Coro Thomas Mann Gymnasium Stutensee di Karlsruhe. Ore 20:30 - Piazza Santo Stefano Concerto di Ensemble Palestinese del Conservatorio di Ramallah, l'Ensemble Orientale di Prima Materia , scuole di musica Cemi di Bologna e Suzuki di Faenza e il coro della comunità gazawi di Bologna. A seguire, proiezione del documentario 'This Is Our Resistance' (2024) di Music and Resilience sui laboratori di musicoterapia nei campi profughi in Libano. Domenica 21 giugno - Festa Internazionale della Musica Ore 10:30 - Casa Circondariale Dozza Concerto di Ensemble Vokal Karlsruhe e Orchestra Bologna Sinfonica Junior per le persone detenute. Ore 11:00 - Teatro Mazzacorati Concerti da camera di Cemi Bologna, Circolo Musicale Bononcini di Vignola, Accademia Musicale Moto Perpetuo di Macerata. Ore 17:00 - Parco della Montagnola Concerto del gruppo moderno dell'Istituto A. Banchieri di Molinella Ore 20:30 - Teatro Arena del Sole Concerto dell' Orchestra e del Coro della Pace diretto dal M° Matteo Parmeggiani Programma: Wieniawski, Tema con variazioni op. 15 per violino e orchestra d'archi - violino solista Edoardo Lisi, vincitore del Premio Alberghini Schubert, Sinfonia n. 8 in Si Minore 'Incompiuta' , I movimento Brahms, Danze ungheresi n. 1, 5, 6 Vessicchio, Ashram - Una vita nella pace Musiche dalla tradizione palestinese, libanese e ucraina.

Rimininotizie.net

Area Emilia Romagna

"La bellezza di essere me", sulle spiagge dell'Adriatico il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza 3.0


Rimininotizie.net

"La bellezza di essere me", sulle spiagge dell'Adriatico il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza 3.0

06/18/2026 09:23

Prende il via il 19 giugno da Cattolica il Beauty Summer Tour 2026, il nuovo progetto itinerante di Coop Alleanza 3.0 che porta "La bellezza di essere me" fuori dai negozi e direttamente nei luoghi dell'estate. Dal 19 giugno al 22 luglio il tour farà tappa in alcune delle principali località balneari dell'Adriatico, tra Emilia-Romagna, Veneto, Marche, Abruzzo e Puglia, con spazi dedicati alla bellezza, alla cura di sé, al benessere e alla leggerezza. Un'occasione per scoprire prodotti e novità, lasciarsi ispirare dai trend dell'estate, partecipare ad attività e momenti di intrattenimento in spiaggia, mettersi alla prova con giochi e sfide e tentare la fortuna per aggiudicarsi gadget, premi e buoni sconto. Il Beauty Summer Tour 2026 nasce nell'ambito de "La bellezza di essere me", lo spazio dei negozi di Coop Alleanza 3.0 dedicato alla cura della persona e al benessere di ognuna e ognuno. Con questa nuova iniziativa, la Cooperativa porta l'esperienza beauty anche nei luoghi della vacanza e del tempo libero, con un format fresco, accessibile e coinvolgente, pensato per accompagnare l'estate con proposte dedicate a chi vuole prendersi cura di sé anche sotto l'ombrellone. Con il Beauty Summer Tour 2026, Coop Alleanza 3.0 conferma la volontà di intercettare nuovi bisogni e nuovi stili di consumo, portando la propria proposta anche fuori dai punti vendita e creando occasioni di incontro diretto con soci, consumatori e comunità. Un modo per raccontare la bellezza come cura di sé, benessere, accessibilità e piacere di stare insieme. Informazioni alla pagina dedicata La bellezza di essere Me sul sito di Coop Alleanza 3.0. Le tappe del Beauty Summer Tour 2026 Cattolica - Piazza Primo Maggio / 19-21 giugno, dalle ore 18 Marina di Ravenna - Bagno Marina Bay / 27-30 giugno Chioggia Sottomarina (Ve) - Sand Beach Club / 1-2 luglio Lido di Spina - Malua Beach 54 / 3-4 luglio Numana (An) - Sottovento Beach Club / 16-17 luglio Pescara (Pe) - Lido La Prora / 18-19 luglio Capitolo (Ba) - Lido Le Macchie / 21-22 luglio I buoni che saranno distribuiti nel corso degli appuntamenti potranno essere utilizzati direttamente negli spazi "La bellezza di essere Me" presenti nei negozi di Coop Alleanza 3.0: Ravenna Esp, Ravenna Teodora, ipercoop I Malatesta (Rn). Comment i.

RavennaNotizie.it

Area Emilia Romagna

"La bellezza di essere me", sulle spiagge dell'Adriatico il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza 3.0


RavennaNotizie.it

"La bellezza di essere me", sulle spiagge dell'Adriatico il Beauty Summer Tour di Coop Alleanza 3.0

06/18/2026 09:25

Prende il via il 19 giugno da Cattolica il Beauty Summer Tour 2026, il nuovo progetto itinerante di Coop Alleanza 3.0 che porta "La bellezza di essere me" fuori dai negozi e direttamente nei luoghi dell'estate. Dal 19 giugno al 22 luglio il tour farà tappa in alcune delle principali località balneari dell'Adriatico, tra Emilia-Romagna, Veneto, Marche, Abruzzo e Puglia, con spazi dedicati alla bellezza, alla cura di sé, al benessere e alla leggerezza. Un'occasione per scoprire prodotti e novità, lasciarsi ispirare dai trend dell'estate, partecipare ad attività e momenti di intrattenimento in spiaggia, mettersi alla prova con giochi e sfide e tentare la fortuna per aggiudicarsi gadget, premi e buoni sconto. Il Beauty Summer Tour 2026 nasce nell'ambito de "La bellezza di essere me", lo spazio dei negozi di Coop Alleanza 3.0 dedicato alla cura della persona e al benessere di ognuna e ognuno. Con questa nuova iniziativa, la Cooperativa porta l'esperienza beauty anche nei luoghi della vacanza e del tempo libero, con un format fresco, accessibile e coinvolgente, pensato per accompagnare l'estate con proposte dedicate a chi vuole prendersi cura di sé anche sotto l'ombrellone. ADV ADV Con il Beauty Summer Tour 2026, Coop Alleanza 3.0 conferma la volontà di intercettare nuovi bisogni e nuovi stili di consumo, portando la propria proposta anche fuori dai punti vendita e creando occasioni di incontro diretto con soci, consumatori e comunità. Un modo per raccontare la bellezza come cura di sé, benessere, accessibilità e piacere di stare insieme. Informazioni alla pagina dedicata La bellezza di essere Me sul sito di Coop Alleanza 3.0. ADV Le tappe del Beauty Summer Tour 2026 Cattolica - Piazza Primo Maggio / 19-21 giugno, dalle ore 18 Marina di Ravenna - Bagno Marina Bay / 27-30 giugno Chioggia Sottomarina (Ve) - Sand Beach Club / 1-2 luglio Lido di Spina - Malua Beach 54 / 3-4 luglio Numana (An) - Sottovento Beach Club / 16-17 luglio Pescara (Pe) - Lido La Prora / 18-19 luglio Capitolo (Ba) - Lido Le Macchie / 21-22 luglio ADV I buoni che saranno distribuiti nel corso degli appuntamenti potranno essere utilizzati direttamente negli spazi "La bellezza di essere Me" presenti nei negozi di Coop Alleanza 3.0: Ravenna Esp, Ravenna Teodora, ipercoop I Malatesta (Rn). ADV Comment i.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ravennawebtv.it

Area Emilia Romagna

Al via la 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro"


ravennawebtv.it

Al via la 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro"

06/18/2026 08:20

Cervia si prepara ad accogliere una nuova, attesissima stagione di cultura, parole e incontri: torna infatti la rassegna "Cervia, la spiaggia ama il libro", che nel 2026 celebra la sua 34ª edizione, confermandosi come uno degli appuntamenti più amati e riconoscibili dell'estate culturale italiana. Il programma è stato presentato questa mattina in occasione della conferenza stampa che si è svolta nella splendida cornice del MarePineta Resort di Milano Marittima insieme a: Cesare Brusi , presidente dell'associazione 'Cervia, la spiaggia ama il libro', Mirko Boschetti , sindaco di Cervia, Gessica Allegni , assessora alla cultura della regione Emilia-Romagna, Emanuele Burioni , Direttore Generale Apt Servizi moderati da Ilaria Bedeschi , giornalista e coordinatrice della rassegna culturale. E poi ospiti e amici della rassegna presenti: Marino Bartoletti, Beppe Boni, Matteo Cavezzali, Giovanni Terzi e Simona Ventura Un traguardo importante, che racconta la forza di un progetto capace negli anni di rinnovarsi senza perdere la propria identità, continuando a unire il piacere della lettura alla bellezza del territorio, il valore delle idee alla leggerezza di una città che sa farsi palcoscenico naturale per il dialogo e la condivisione. Anche quest'anno "Cervia, la spiaggia ama il libro" propone un calendario di appuntamenti di grande rilievo, affidato a voci autorevoli e molto amate dal pubblico, provenienti dal giornalismo, dalla narrativa, dalla divulgazione, dalla politica e dal mondo dello spettacolo. Tra gli ospiti annunciati figurano Sigfrido Ranucci , tra i nomi più riconoscibili del giornalismo d'inchiesta italiano; Concita De Gregorio , scrittrice e giornalista capace di coniugare sguardo civile e profondità narrativa; Marino Bartoletti , punto di riferimento del giornalismo culturale e sportivo; Simona Ventura e Giovanni Terzi , protagonisti del racconto pubblico contemporaneo; Carlo Calenda , presenza centrale nel dibattito politico nazionale; Marilù Oliva , autrice apprezzata per la forza e l'originalità della sua scrittura. A loro si affiancano anche Stefano Massini , scrittore e drammaturgo di rilievo internazionale; Davide Giacalone , giornalista e saggista attento ai temi dell'attualità politica ed economica; Michele De Pascale , presidente della Regione Emilia-Romagna; Stefania Auci , autrice di romanzi storici di grande successo; Gabriele Parpiglia , giornalista e autore televisivo; Vincenzo Schettini , docente e divulgatore scientifico capace di avvicinare il grande pubblico alla fisica; Federico Ruffo , giornalista d'inchiesta e conduttore televisivo; Enrico Franceschini , inviato e scrittore con una lunga esperienza internazionale; Andrew Faber , poeta e performer tra le voci più seguite della scena contemporanea; Massimo Polidoro , divulgatore scientifico e scrittore impegnato nella promozione del pensiero critico; ed Elisa Del Mese , autrice e voce attenta ai temi della contemporaneità, a comporre un programma ricco e trasversale, capace di offrire al pubblico occasioni di riflessione, approfondimento e dialogo. Anche quest'anno

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sarà conferito il Premio Talenti Italiani giunto alla sua seconda edizione. Non mancherà, come ogni anno, la serata di presentazione dell' Anteprima della mostra ai Musei San Domenico di Forlì 2027 Un ringraziamento speciale e sentito va alla Regione Emilia-Romagna, che ha creduto nella rassegna e ha scelto di sostenerla con convinzione, investendo in un progetto che negli anni ha saputo trasformarsi in un presidio culturale diffuso, accessibile e fortemente identitario. Il contributo della Regione Emilia-Romagna non rappresenta soltanto un sostegno concreto, ma anche il riconoscimento del valore che iniziative come questa hanno nella promozione della cultura, del territorio e della partecipazione pubblica. In un tempo in cui la qualità degli spazi di incontro e pensiero condiviso è sempre più preziosa, questo investimento assume un significato ancora più importante. Un ringraziamento a Confcommercio Ascom Cervia, Federalberghi Ascom Cervia e al Comune di Cervia che da sempre credono e sostengono l'iniziativa che, quest'anno, ha ottenuto anche il patrocinio del Ministero del Turismo La 34ª edizione segna inoltre un passaggio significativo nel percorso di crescita della manifestazione, grazie a nuove collaborazioni che contribuiranno a rafforzarne il profilo e ad accompagnarla in una fase di rinnovamento. Quest'anno la rassegna può contare sulla collaborazione dello scrittore Matteo Cavezzali , il cui sguardo attento e la cui sensibilità letteraria rappresentano un valore aggiunto importante. Grande novità del 2026 è l'ingresso del salotto con Simona Ventura e Giovanni Terzi per tre serate con ospiti a intrattenere il pubblico. Una grande novità attesa che, anche grazie ad Apt Emilia-Romagna, arricchirà il calendario della rassegna 2026. E poi, a fianco della storica collaborazione con l'agenzia Esserelite, arriva la professionalità di Integra Solution che offrirà un contributo strategico nella comunicazione, con l'obiettivo di valorizzare ancora meglio il racconto della rassegna, amplificarne la visibilità e consolidarne la presenza nel panorama degli eventi culturali di riferimento. Come negli anni precedenti, il coordinamento della rassegna è affidato alla giornalista Ilaria Bedeschi Accanto alle novità, restano saldi gli storici collaboratori della rassegna: amici, sostenitori, professionisti e affezionati che negli anni hanno contribuito con passione, competenza e generosità a costruire il successo di "Cervia, la spiaggia ama il libro". È anche grazie a questa rete di relazioni, di fiducia e di impegno condiviso che oggi la manifestazione può rinnovarsi senza smarrire la propria anima, aprirsi a nuove prospettive e avviarsi con entusiasmo verso tante future edizioni. È da qui, dall'incontro tra memoria e visione, tra esperienza e nuove energie, che prende forma una nuova pagina della rassegna: una pagina tutta da scrivere insieme, ancora una volta, a Cervia. La 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro" si preannuncia dunque come un appuntamento di grande prestigio e di forte richiamo, capace di unire nomi importanti, nuove sinergie e una visione culturale aperta, inclusiva e profondamente radicata nel territorio. Un invito rivolto a cittadini, lettrici, lettori, ospiti e visitatori a partecipare a un'estate in cui i libri, le parole e le idee tornano a incontrarsi in riva al mare. Si ringrazia per la collaborazione e il sostegno: La BCC Ravennate Forlivese e Imolese, Regione Emilia-Romagna, Apt Servizi Emilia-Romagna, Coop Alleanza 3.0, Fondazione per il Turismo 'Cervia In', Romagna Acque, Coop.

Alleanza 3.0, Biblioteca Comunale 'Maria Goia', Ecomuseo del Sale e del Mare, Parco della Salina di Cervia, Sistema associativo e di servizi 50ù, Il Resto del Carlino QN, Cervia Città Giardino, Proloco Riviera dei Pini, Circolo Nautico Amici della Vela, Radio Social Coast, Vivi Forlì, Libreria Ubik Cervia, Libreria Giunti Milano Marittima, Tele Pascucci, Mercatino Prodotti e Sapori dell'Europa a Cervia, Esserelite, Publisole, Teleromagna, MarePineta Resort, Batani Select Hotels, Hotel Strand&Gambrinus, Hotel Nettuno, Hotel Bellettini, Ristorante il Pirata, Ristorante Sale Grosso, Ristorante Al Deserto, Ristorante Al Faro, Cerviaman, Consorzio Cervia Centro, Acqua di Cervia, Le Brusine. una nuova stagione di incontri, idee e grandi protagonisti della cultura italiana.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Ferrara)

Area Emilia Romagna

Oggi alle 21,30

All'Arena Coop il cinema C'è 'Cime Tempestose'

Oggi, alle 21,30, all'Arena Coop Alleanza 3.0 al Parco Pareschi, organizzata da Arci Ferrara, verrà proiettato Cime Tempestose di Emerald Fennell, in versione originale con sottotitoli in italiano. Tratto dal romanzo di Emily Brontë, il film vede protagonisti Margot Robbie nei panni di Cathy e Jacob Elordi in quelli di Heathcliff. Inizio film alle ore 21:30, apertura cancelli alle 20:45.


CULTURA & SPETTACOLI
Ferrara
Il sacro al giorno d'oggi
Le note del Conservatorio, sul palco quaranta talenti
La figura di Marfisa d'Este Ecco il viaggio letterario
Tributo a Eros Ramazzotti Tutti i più grandi successi
All'Arena Coop il cinema C'è 'Cime Tempestose'
Alla Galleria del Cartone il libro di Elena Buccoliero
Sinfonie in Giardino
PARCO GIORDANO BRUNO FERRARA

Sesto Potere

Area Emilia Romagna

CreAzioni - Festival di teatro e scuola Elisabetta Turroni. La vittoria è andata all'Istituto Pascal Comandini


Sesto Potere

CreAzioni – Festival di teatro e scuola Elisabetta Turroni. La vittoria è andata all'Istituto Pascal Comandini

06/18/2026 10:59

(Sesto Potere) – Cesena – 18 giugno 2026 – Il concorso di CreAzioni – Festival di teatro e scuola Elisabetta Turroni si è concluso al Teatro Bonci di Cesena con la vittoria dell' Istituto Pascal Comandini: la giuria, formata da dieci studentesse e studenti degli istituti superiori di Cesena guidati dal regista e attore Michele Di Giacomo nell'ambito di un percorso PCTO di formazione dello sguardo sulle arti sceniche (Jacopo Brighi, Beatrice Cola, Elisa Faedi, Francesco Gardelli, Ameni Guesmi, Eleonora Nicolini, Virginia Molari, Alexander Pieri, Melissa Pletto, Pietro Valmorri) affiancati dagli assessori Camillo Acerbi (Cultura) e Maria Elena Baredi (Scuola), dalle docenti Emanuelle Caillat e Lina Gallina e da Silvia Sigalotti per ERT / Teatro Nazionale, ha premiato lo spettacolo Angelina detta Lina con drammaturgia e regia della professoressa Gabriella Montemurro e costumi realizzati dal Dipartimento Moda della scuola, con la seguente motivazione: «È una testimonianza del teatro della memoria e della responsabilità civile. La drammaturgia e la regia suggeriscono che ogni epoca costruisce le proprie "tende di velluto". Lo spettacolo denuncia soprattutto l'ipocrisia della società, allora come oggi. La forza dell'opera risiede nella capacità di trasformare una vicenda legislativa in un'esperienza profondamente umana, dove la politica torna ad avere un volto, una voce e soprattutto una coscienza. Lo spettacolo colpisce per l'uso dello spazio scenico, per la forza delle luci e per l'efficacia delle scelte musicali e riesce, con sottile ironia, a restituire al pubblico non solo una pagina di storia italiana, ma anche una riflessione ancora attuale sul rapporto tra dignità, libertà e responsabilità collettiva». Il Premio consiste nella possibilità di rappresentare nuovamente lo spettacolo sul palcoscenico del Teatro Bonci nell'autunno 2026, grazie alla disponibilità dell'amministrazione comunale. Le e gli interpreti hanno ricevuto una card per la Stagione 2026/27. Tutte le altre scuole partecipanti hanno avuto una menzione di merito per lo spettacolo realizzato e un contributo alle attività teatrali di 400 euro, oltre a un elaborato artistico di due classi (3ª e 4 ª E) dell'indirizzo Scenografia del Liceo Canova di Forlì, coordinate dalla docente Carmen Imperio. Al concorso hanno partecipato 5 istituti cesenati (Liceo Linguistico Alpi, Liceo Classico Monti, l'Istituto Pascal Comandini, il Liceo Scientifico Righi e Istituto Versari Macrelli). La programmazione di CreAzioni si chiude al Teatro Bonci mercoledì 3 giugno (ore 09.00, ore 11.00 e ore 21.00) con lo spettacolo fuori concorso Tutto può accadere a Borgo Torre! dell' Associazione Mercanti di Sogni, nata da un'esperienza ventennale di teatro scolastico oggi allargata a ex studenti e giovanissimi artisti. Il soggetto originale è scritto e diretto dalle DO.RA.LÙ - Donatella Missirini, Raffaella Sintoni e Luciana Berretti. Una commedia musicale sul valore della lettura, che racconta i libri come compagni di vita e occasioni di incontro ma anche la possibilità di realizzare i propri

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sogni grazie ai legami di amicizia. Nel piccolo paese immaginario di Borgo Torre, sull'Appennino romagnolo, lo spopolamento sembra ormai inarrestabile. Per rilanciare il territorio, la giovane amministrazione comunale decide di partecipare a un bando europeo, con l'obiettivo di sostenere le attività produttive e attrarre nuovi abitanti e turisti. La grande gioia per la vittoria lascia subito spazio allo sconcerto: per un errore burocratico, i fondi dovranno essere investiti esclusivamente in libri e librerie. Rinunciare non è possibile, e così il paese prova a reinventarsi. Vengono coinvolti alcuni neolaureati e un gruppo di teenagers reclutati dai nonni del borgo. Insieme, dovranno capire se sia davvero possibile fermare il declino del paese e trasformare i libri in una risorsa viva per la comunità. Il Festival 2026 è stato promosso da ERT / Teatro Nazionale e Comune di Cesena - Assessorato alla Cultura e Assessorato alla Scuola e ai servizi educativi, con il sostegno di BPER, Coop Alleanza 3.0, BCC Romagnolo e Romagna Iniziative.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Sesto Potere

Area Emilia Romagna

Al via la 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro"


Sesto Potere

Al via la 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro"

06/18/2026 12:04

(Sesto Potere) – Cervia – 18 giugno 2026 – 17 giugno 2026 – Cervia si prepara ad accogliere una nuova, attesissima stagione di cultura, parole e incontri: torna infatti la rassegna "Cervia, la spiaggia ama il libro", che nel 2026 celebra la sua 34ª edizione, confermandosi come uno degli appuntamenti più amati e riconoscibili dell'estate culturale italiana. Il programma è stato presentato questa mattina in occasione della conferenza stampa che si è svolta nella splendida cornice del MarePineta Resort di Milano Marittima insieme a: Cesare Brusi, presidente dell'associazione 'Cervia, la spiaggia ama il libro', Mirko Boschetti, sindaco di Cervia, Gessica Allegni, assessora alla cultura della regione Emilia-Romagna, Emanuele Burioni, Direttore Generale Apt Servizi moderati da Ilaria Bedeschi, giornalista e coordinatrice della rassegna culturale E poi ospiti e amici della rassegna presenti: Marino Bartoletti, Beppe Boni, Matteo Cavezzali, Giovanni Terzi e Simona Ventura. Un traguardo importante, che racconta la forza di un progetto capace negli anni di rinnovarsi senza perdere la propria identità, continuando a unire il piacere della lettura alla bellezza del territorio, il valore delle idee alla leggerezza di una città che sa farsi palcoscenico naturale per il dialogo e la condivisione. Anche quest'anno "Cervia, la spiaggia ama il libro" propone un calendario di appuntamenti di grande rilievo, affidato a voci autorevoli e molto amate dal pubblico, provenienti dal giornalismo, dalla narrativa, dalla divulgazione, dalla politica e dal mondo dello spettacolo. Tra gli ospiti annunciati figurano Sigfrido Ranucci, tra i nomi più riconoscibili del giornalismo d'inchiesta italiano; Concita De Gregorio, scrittrice e giornalista capace di coniugare sguardo civile e profondità narrativa; Marino Bartoletti, punto di riferimento del giornalismo culturale e sportivo; Simona Ventura e Giovanni Terzi, protagonisti del racconto pubblico contemporaneo; Carlo Calenda, presenza centrale nel dibattito politico nazionale; Marilù Oliva, autrice apprezzata per la forza e l'originalità della sua scrittura. A loro si affiancano anche Stefano Massini, scrittore e drammaturgo di rilievo internazionale; Davide Giacalone, giornalista e saggista attento ai temi dell'attualità politica ed economica; Michele De Pascale, presidente della Regione Emilia-Romagna; Stefania Auci, autrice di romanzi storici di grande successo; Gabriele Parpiglia, giornalista e autore televisivo; Vincenzo Schettini, docente e divulgatore scientifico capace di avvicinare il grande pubblico alla fisica; Federico Ruffo, giornalista d'inchiesta e conduttore televisivo; Enrico Franceschini, inviato e scrittore con una lunga esperienza internazionale; Andrew Faber, poeta e performer tra le voci più seguite della scena contemporanea; Massimo Polidoro, divulgatore scientifico e scrittore impegnato nella promozione del pensiero critico; ed Elisa Del Mese, autrice e voce attenta ai temi della contemporaneità, a comporre un programma ricco e trasversale, capace di offrire al pubblico occasioni di riflessione,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

approfondimento e dialogo. Anche quest'anno sarà conferito il Premio Talenti Italiani giunto alla sua seconda edizione. Non mancherà, come ogni anno, la serata di presentazione dell'Anteprima della mostra ai Musei San Domenico di Forlì 2027. Un ringraziamento speciale e sentito degli organizzatori va: "alla Regione Emilia-Romagna, che ha creduto nella rassegna e ha scelto di sostenerla con convinzione, investendo in un progetto che negli anni ha saputo trasformarsi in un presidio culturale diffuso, accessibile e fortemente identitario. Il contributo della Regione Emilia-Romagna non rappresenta soltanto un sostegno concreto, ma anche il riconoscimento del valore che iniziative come questa hanno nella promozione della cultura, del territorio e della partecipazione pubblica". Gli organizzatori rivolgono un altro ringraziamento: "a Confcommercio Ascom Cervia, Federalberghi Ascom Cervia e al Comune di Cervia che da sempre credono e sostengono l'iniziativa che, quest'anno, ha ottenuto anche il patrocinio del Ministero del Turismo". La 34ª edizione segna inoltre un passaggio significativo nel percorso di crescita della manifestazione, grazie a nuove collaborazioni che contribuiranno a rafforzarne il profilo e ad accompagnarla in una fase di rinnovamento. Quest'anno la rassegna può contare sulla collaborazione dello scrittore Matteo Cavezzali, il cui sguardo attento e la cui sensibilità letteraria rappresentano un valore aggiunto importante. Grande novità del 2026 è l'ingresso del salotto con Simona Ventura e Giovanni Terzi per tre serate con ospiti a intrattenere il pubblico. Una grande novità attesa che, anche grazie ad Apt Emilia-Romagna, arricchirà il calendario della rassegna 2026. E poi, a fianco della storica collaborazione con l'agenzia Esserelite, arriva la professionalità di Integra Solution che offrirà un contributo strategico nella comunicazione, con l'obiettivo di valorizzare ancora meglio il racconto della rassegna, amplificarne la visibilità e consolidarne la presenza nel panorama degli eventi culturali di riferimento. Come negli anni precedenti, il coordinamento della rassegna è affidato alla giornalista Ilaria Bedeschi. Accanto alle novità, restano saldi gli storici collaboratori della rassegna: amici, sostenitori, professionisti e affezionati che negli anni hanno contribuito con passione, competenza e generosità a costruire il successo di "Cervia, la spiaggia ama il libro". La 34ª edizione di "Cervia, la spiaggia ama il libro" si preannuncia dunque come un appuntamento di grande prestigio e di forte richiamo, capace di unire nomi importanti, nuove sinergie e una visione culturale aperta, inclusiva e profondamente radicata nel territorio. Gli organizzatori rivolgono un invito a cittadini, lettrici, lettori, ospiti e visitatori a partecipare a un'estate in cui i libri, le parole e le idee tornano a incontrarsi in riva al mare. Gli organizzatori ringraziano per la collaborazione e il sostegno: La BCC Ravennate Forlivese e Imolese, Regione Emilia-Romagna, Apt Servizi Emilia-Romagna, Coop Alleanza 3.0, Fondazione per il Turismo 'Cervia In', Romagna Acque, Coop. Alleanza 3.0, Biblioteca Comunale 'Maria Goia', Ecomuseo del Sale e del Mare, Parco della Salina di Cervia, Sistema associativo e di servizi 50ù, Il Resto del Carlino QN, Cervia Città Giardino, Proloco Riviera dei Pini, Circolo Nautico Amici della Vela, Radio Social Coast, Vivi Forlì, Libreria Ubik Cervia, Libreria Giunti Milano Marittima, Tele Pascucci, Mercatino Prodotti e Sapori dell'Europa a Cervia, Esserelite, Publisole, Teleromagna,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MarePineta Resort, Batani Select Hotels, Hotel Strand&Gambrinus, Hotel Nettuno, Hotel Bellettini, Ristorante il Pirata, Ristorante Sale Grosso, Ristorante Al Deserto, Ristorante Al Faro, Cerviaman, Consorzio Cervia Centro, Acqua di Cervia, Le Brusine.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Voce

Area Emilia Romagna

Pranzo solidale a Campogalliano: 'Insieme a tavola'arriva a Saliceto Buzzalino

Domenica 21 giugno, un'opportunità per combattere l'isolamento sociale con un pasto condiviso Informa l'ufficio stampa del Comune di Campogalliano che domenica 21 giugno si terrà il terzo appuntamento con l'iniziativa 'Insieme a tavola'nella frazione di Saliceto Buzzalino. Il pranzo solidale, promosso dalle Politiche Sociali, avrà luogo presso il Circolo dei Pio, situato in via Chiesa Saliceto 1. L'evento è pensato per favorire l'inclusione sociale e combattere l'isolamento attraverso la condivisione di un pasto. Il format del pranzo prevede una partecipazione a offerta libera con il motto 'paghi solo se puoi, quello che puoi e vieni con chi vuoi'. Questa formula ha già riscosso successo nei precedenti appuntamenti, creando un ambiente accogliente e inclusivo per tutti i partecipanti. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con diverse associazioni locali e beneficia del contributo di Coop Alleanza 3.0 e del Mercato Ortofrutticolo Agroalimentare di Modena. segue.



Voce

Pranzo solidale a Campogalliano: 'Insieme a tavola'arriva a Saliceto Buzzalino

06/18/2026 11:26

Domenica 21 giugno, un'opportunità per combattere l'isolamento sociale con un pasto condiviso Informa l'ufficio stampa del Comune di Campogalliano che domenica 21 giugno si terrà il terzo appuntamento con l'iniziativa 'Insieme a tavola'nella frazione di Saliceto Buzzalino. Il pranzo solidale, promosso dalle Politiche Sociali, avrà luogo presso il Circolo dei Pio, situato in via Chiesa Saliceto 1. L'evento è pensato per favorire l'inclusione sociale e combattere l'isolamento attraverso la condivisione di un pasto. Il format del pranzo prevede una partecipazione a offerta libera con il motto 'paghi solo se puoi, quello che puoi e vieni con chi vuoi'. Questa formula ha già riscosso successo nei precedenti appuntamenti, creando un ambiente accogliente e inclusivo per tutti i partecipanti. L'iniziativa è realizzata in collaborazione con diverse associazioni locali e beneficia del contributo di Coop Alleanza 3.0 e del Mercato Ortofrutticolo Agroalimentare di Modena. segue.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Abruzzo News

Area Marche e Abruzzo

ARCO Consumatori promuove i servizi essenziali ma chiede più attenzione per anziani e disabili


Abruzzo News

ARCO Consumatori promuove i servizi essenziali ma chiede più attenzione per anziani e disabili

06/18/2026 23:42 Redazione Abruzzonews

Cortesia del personale e pulizia degli ambienti convincono, ma l'accessibilità resta un punto debole. È quanto emerge dall'indagine condotta da ARCO Consumatori tra febbraio e marzo 2026 in sei punti vendita della grande e media distribuzione dell'area pescarese: Coop, Conad, Oasi, Eurospin, Lidl e MD. Un monitoraggio approfondito, basato su 87 indicatori suddivisi in 12 macro aree , che ha analizzato qualità percepita, sicurezza e trasparenza commerciale, con un focus specifico sulle esigenze di anziani e persone con disabilità motoria. I risultati: luci e ombre Il quadro complessivo mostra una buona qualità dei servizi di base: personale disponibile, banchi puliti, scaffali ordinati. Tuttavia, ARCO Consumatori segnala criticità rilevanti proprio nei settori più sensibili. Accessibilità carente. Nessuno dei punti vendita visitati dispone di carrelli attrezzati per anziani o persone con difficoltà motorie in posizione visibile e facilmente raggiungibile. Inoltre, Conad e Coop , pur essendo strutture di grandi dimensioni, non offrono servizi igienici accessibili all'interno dell'area vendita, ma solo all'esterno. Sicurezza degli scaffali. In diversi supermercati sono stati rilevati prodotti pesanti o in vetro collocati sugli scaffali più alti o impilati a terra in modo instabile, con potenziali rischi soprattutto per clienti anziani o famiglie con bambini. Trasparenza commerciale. Diffusi i problemi legati alla leggibilità dei prezzi unitari, spesso stampati con caratteri troppo piccoli. Carenze anche nella tracciabilità dei prodotti e nelle informazioni obbligatorie sui mitili freschi. Solo Conad e Coop risultano in regola con il libro degli ingredienti ai banchi assistiti; negli altri punti vendita la normativa non risulta pienamente rispettata. Le richieste di ARCO Consumatori L'associazione invita la GDO ad adottare misure immediate per migliorare l'esperienza e la sicurezza dei clienti più fragili. Tra le raccomandazioni: - introduzione di carrelli per deambulanti e anziani ; - adeguamento dei servizi igienici alle esigenze di tutti i consumatori; - miglioramento della segnaletica delle uscite di emergenza , con proiezioni luminose sul pavimento; - stampa dei prezzi unitari con caratteri di almeno 5 millimetri; - attivazione della figura del disability manager aziendale , prevista dalla normativa, per garantire un'accoglienza realmente inclusiva. L'indagine conferma la necessità di un salto di qualità nella progettazione degli spazi commerciali, affinché i supermercati diventino luoghi accessibili e sicuri per tutti, senza eccezioni.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Pescara

Area Marche e Abruzzo

L'indagine di Arco Consumatori sui supermercati pescaresi: bene i servizi di base ma più attenzione a disabili e anziani


Il Pescara

L'indagine di Arco Consumatori sui supermercati pescaresi: bene i servizi di base ma più attenzione a disabili e anziani

06/18/2026 16:51

L'associazione Arco Consumatori ha condotto fra febbraio e marzo 2026 un'indagine conosctiva sulla qualità e sicurezza percepita nei sumpermercati della grande e media distribuzione nel Pescares ee nell'area metropolitana. In particolare nei punti vendita Coop, Conad, Oasi, Eurospin, Lidl e Md. "L'indagine ha valutato 87 voci distribuite su 12 macro aree – dall'accessibilità all'igiene alimentare, dalla sicurezza degli scaffali alla trasparenza commerciale – con particolare attenzione alle esigenze delle persone anziane e con disabilità motoria. La cortesia del personale e la pulizia dei banchi e degli scaffali registrano risultati complessivamente buoni. Criticità rilevanti emergono invece in aree decisive per l'accessibilità universale: nessun punto vendita dispone di carrelli attrezzati per deambulanti o anziani in posizione visibile; Conad e Coop – entrambe strutture digrandi dimensioni – risultano sprovviste di servizi igienici accessibili al pubblico all'interno dell'area vendita, ma solo all'esterno." Arco spiega che in diversi punti vendita sono stati rilevati prodotti pesanti e in vetro collocati sugli scaffali più alti o impilati a terra su più livelli in condizioni di potenziale instabilità, con rischio di caduta soprattutto per clienti anziani o con bambini. Diffuse le criticità sulla leggibilità dei prezzi unitari (caratteri troppo piccoli), sulla tracciabilità dei prodotti e sulla corretta esposizione delle informazioni sui mitili freschi. Il libro degli ingredienti ai banchi assistiti risulta accessibile solo in Conad (touch screen) e Coop (repertorio cartaceo); negli altri punti vendita la normativa può considerarsi disattesa. Arco Consumatori chiede a tutti gli operatori della Gdo di adottare con urgenza carrelli per deambulanti e anziani, di adeguare i servizi igienici alle esigenze dei consumatori, di migliorare la segnaletica delle uscite di emergenza con proiezione luminosa sul pavimento e di stampare i prezzi unitari con caratteri di almeno 5 millimetri. L'associazione sollecita inoltre l'attivazione della figura del

L'associazione Arco Consumatori ha condotto fra febbraio e marzo 2026 un'indagine conosctiva sulla qualità e sicurezza percepita nei sumpermercati della grande e media distribuzione nel Pescares ee nell'area metropolitana. In particolare nei punti vendita Coop, Conad, Oasi, Eurospin, Lidl e Md. "L'indagine ha valutato 87 voci distribuite su 12 macro aree - dall'accessibilità all'igiene alimentare, dalla sicurezza degli scaffali alla trasparenza commerciale - con particolare attenzione alle esigenze delle persone anziane e con disabilità motoria. La cortesia del personale e la pulizia dei banchi e degli scaffali registrano risultati complessivamente buoni. Criticità rilevanti emergono invece in aree decisive per l'accessibilità universale: nessun punto vendita dispone di carrelli attrezzati per deambulanti o anziani in posizione visibile; Conad e Coop - entrambe strutture digrandi dimensioni - risultano sprovviste di servizi igienici accessibili al pubblico all'interno dell'area vendita, ma solo all'esterno." Arco spiega che in diversi punti vendita sono stati rilevati prodotti pesanti e in vetro collocati sugli scaffali più alti o impilati a terra su più livelli in condizioni di potenziale instabilità, con rischio di caduta soprattutto per clienti anziani o con bambini. Diffuse le criticità sulla leggibilità dei prezzi unitari (caratteri troppo piccoli), sulla tracciabilità dei prodotti e sulla corretta esposizione delle informazioni sui mitili freschi. Il libro degli ingredienti ai banchi assistiti risulta accessibile solo in Conad (touch screen) e Coop (repertorio cartaceo); negli altri punti vendita la normativa può considerarsi disattesa. Arco Consumatori chiede a tutti gli operatori della Gdo di adottare con urgenza carrelli per deambulanti e anziani, di adeguare i servizi igienici alle esigenze dei consumatori, di migliorare la segnaletica delle uscite di emergenza con proiezione luminosa sul pavimento e di stampare i prezzi unitari con caratteri di almeno 5 millimetri. L'associazione sollecita inoltre l'attivazione della figura del disability manager aziendale, prevista dalla normativa, per garantire un'accoglienza dignitosa a tutta la clientela. "Migliorare la qualità dei servizi, adeguandoli alle esigenze di tutti, non è un optional: è una questione di dignità e un diritto alla fruizione degli spazi commerciali.".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Ilmascalzone.it

Area Marche e Abruzzo

Rock e poesia. Vasco acceleratore quantico di particelle emotive



18 Giugno 2026 Latest Update: 18 Giugno 2026 23:56 15 minutes read Facebook Twitter Google+ Whatsapp Reddit Share via Email Print Listen to this article Ovvero Non siamo mica gli americani che loro possono sparare agli indiani Ironia tagliente e provocazione a oltranza Rock e poesia Vasco acceleratore quantico di particelle emotive Alla sua quinta edizione, 2022-2026, Vasco Live ha totalizzato 3.000.000 di biglietti venduti. Il suo è il tour che non finisce mai: dal 2013 ogni anno un giro per gli stadi italiani, ogni anno sold out con mesi di anticipo. Perché Vasco Rossi è l'unico artista che se lo può permettere, con o senza disco nuovo, ma sempre con lo spettacolo rock più potente e emozionante al mondo. Il suo repertorio è così vasto che gli consente di pescare tra le sue canzoni quelle 28/30 («ne vorrebbero di più, ma come si fa, il mio spettacolo dura più di due ore e mezza») che concorrono a dare un senso a questa sera a questa condizione a questa vita. Ogni anno uno show diverso, ogni anno necessario per farsi raccontare l'aria che tira. Per l'anno in corso, i sentimenti che più prevalgono dal fronte del palco sono l'ironia e la condivisione. Ironia amara e pungente che serve a ricordare che di questi tempi "c'è qualcosa che non va in questo cielo, c'è qualcuno che non sa più che ore sono". Vasco non ha bisogno di fare discorsi dal palco, perché le sue canzoni parlano da sole, e molto chiaramente. Mai come ora c'è il bisogno di un po' di distrazione e allo stesso tempo di pensiero critico, di evasione ma anche di voglia di cambiarlo un po' questo mondo "che non è quello che vorrei". «Nelle mie canzoni ho detto tutto», qui c'è tutto Vasco, la sua essenza primordiale di rocker ribelle e romantico, che si ritrova perfettamente nella set-list 2026: semplicemente "pazzesca". Tutta giocata sull'ironia altamente provocatoria che caratterizzò i suoi esordi di autore visionario dall'anima rock. Al grido di "Non siamo mica gli americani che loro possono sparare agli indiani" parte il nuovo tour. Un viaggio che inizia con un tuffo nella magia degli anni '80 e che arriva poi a parlare di noi oggi. Chi siamo in mezzo alle bombe di questa guerra mondiale a pezzi, e soprattutto: chi vogliamo essere? La risposta soffia nel rock, e va ascoltata insieme, così potremo esorcizzare le nostre paure. Tutta la prima parte del concerto è dedicata ai i suoi anni di sperimentazione e rottura degli schemi; i primi 11 pezzi sono un'esplorazione fra le tracce, più o meno iconiche, di album storici. Come "Non siamo mica gli americani!", (il suo secondo album del '79, che con espressione colta si potrebbe definire "seminale"), da cui la canzone "(per quello che ho da fare) Faccio il militare", che racchiude il cuore del concerto: non siamo miiica gli americani che loro possono sparare agli indiani, Vacca agli indiani Album che sono dei pilastri, dal 1979 al 1989, che hanno costruito il mito: da "Colpa d'Alfredo", del 1980 (l'album di Anima fragile, di Asilo Republic, di Alibi), da "Vado al massimo" (1982), a "Cosa

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

succede in città" (1985) che ha appena compiuto 40 anni (Carosello record). Da "C'è chi dice no" (1987) fino a "Liberi Liberi" (1989), in cui Vasco intercetta le contraddizioni del Paese, costruendo un immaginario fatto di libertà individuale, solitudine urbana e resistenza emotiva. È un disco, questo, in cui le chitarre si fanno più abrasive, i testi più essenziali e taglienti, la voce più consapevole del proprio ruolo, capace di tenere insieme rabbia e malinconia in un equilibrio che diventerà la cifra definitiva del Vasco moderno. "Ormai è tardi" lo rappresenta perfettamente e fa parte del primo trittico di canzoni. Punto di forza: Tutti i brani, rivisitati musicalmente, acquistano il loro vigore originale, «a dimostrazione di come - afferma Vince Pastano che ne ha curato i nuovi arrangiamenti - le sonorità devono evolvere mentre i testi restano intatti nella loro potenza, eterni». Il live di Vasco è un acceleratore quantico di particelle emotive. Come al Cern, si accelera per capire di cosa siamo fatti davvero. La prima pacca di accelerazione di emozioni è: "Vado al massimo" (non te lo aspettavi eh?). In versione punk allo stato puro, veloce e urlata dall'inizio alla fine, con le chitarre power a sottolineare il testo critico mentre la sezione fiati porta in Messico, sulle note del tema principale. Di seguito "Ormai è tardi" con la sua amara ironia e "Fegato spappolato" ('79), pezzo cult, in un arrangiamento rock ritmicamente schizofrenico e riff di chitarra dalle sonorità allucinate. Una rivisitazione musicalmente complessa, ricca di break usati per puntualizzare il cantato in stile rap forse uno dei primi rap della musica italiana. Le sorprese sono appena iniziate, l'onda emotiva cresce quando arrivano: "Una nuova canzone per lei", mai eseguita dal vivo, e "Bolle di sapone", con la sua anima funk, e poi un'accoppiata micidiale: "Alibi", surreale, puro teatro dell'assurdo (alla Dario Fo) e "Sono ancora in coma", brano "scorrettissimo". Entrambe del 1982 (album "Vado al massimo"), la prima con sonorità ancora più psichedeliche rispetto al passato. "Ciao" (da 'C'è chi dice no) è considerata un capolavoro di semplicità capace di raccontare un intero mondo con una sola parola. In una rivisitazione Pinkfloydiana e Mozartiana, archi e fiati che danno un senso ancora più etereo e struggente. Le due canzoni successive, che i fan chiedono a gran voce da anni perché quasi mai eseguite live, parlano di donne: "Domani sì adesso no" ('85) e il "Tango della gelosia" (da Liberi Liberi, 1987) un gioiello di autoironia sul sentimento della gelosia espresso attraverso un "tango-rock", nato dalla fusione tra il folclore romagnolo e il rock. Chiude la prima parte "Lunedi", l'ultimo brano degli anni '80, il momento in cui la ribellione smette di essere gesto e diventa un grido, a volte sussurrato. Dall'album "C'è chi dice no" (1987) che segna una fase più radicale e consapevole, trasformando la fragilità in forza espressiva. Tutte canzoni mai eseguite dal vivo o assenti da moltissimi anni, di quelle che non ti aspetti e che renderanno l'atmosfera incandescente È solo l'inizio. Nella seconda parte si cambia registro. I toni si alzano, l'ironia si fa feroce, sferzante. Si "entra in orbita", è qui che la funzione d'onda emotiva agirà. Il primo brano è introspettivo, un potente abbraccio di fragilità: "Marea", (dall'album "Nessun pericolo per te", 1996) che viene eseguito dal vivo per la prima volta. («Chissà perché» si chiede oggi Vasco). È il momento più dark e psichedelico del concerto, così come lo sono le liriche, "un inferno della mente". Seguono "Siamo soli" e, infine,

"Se ti potessi dire", che arriva con tutta la forza del suo finale - "senza rimpianto" - che riecheggia in tutti gli stadi. Siamo al cuore dello show, dagli anni '80 Vasco ci scaraventa a questi tempi, piuttosto bui. A fare da ponte tra le due epoche è la canzone antimilitarista per eccellenza: "(per quello che ho da fare) Faccio il militare", incredibile e dirompente per la sua attualità appunto, noi, NON SIAMO MICA GLI AMERICANI, che loro possono sparare agli indiani un brano dissacrante, da puro teatro-canzone (alla Giorgio Gaber). Riletta oggi in chiave bandistica, una marcia sbilenca, con i fiati e le percussioni in primo piano, diventa cabaret berlinese. Ai tempi, Arbore volle Vasco, allora quasi sconosciuto, nel suo programma televisivo "L'altra domenica", per la sua ironia pungente. Arriva giusto prima de "Gli spari sopra", forte invettiva contro i potenti. Chiude il trittico "C'è chi dice no", l'inno generazionale alla libertà individuale e alla ribellione contro le regole imposte e chi pretende di avere la verità in tasca. Torna il bisogno di intimità con "Stupendo", capolavoro di disillusione, poetico e profondo (da "Nessun pericolo per te" 1996). L'atmosfera cambia decisamente con l'immancabile, liberatoria, "Rewind", mentre il concerto finisce con "Un mondo migliore". E qui la "funzione d'onda" emotiva ha compiuto il suo ciclo di trasmissione: il pubblico ne uscirà "trasformato". Inebriato. Ma non è ancora finita, si ricomincia, tutto daccapo con le emozioni nella la terza e ultima parte, ovvero il gran finale. Sei pezzi consecutivi da pelle d'oca: "La noia", che manca da moltissimi anni, "Sally", "Siamo solo noi", "Vita spericolata" nella rara versione piano e voce, "Canzone" eseguita qui per intero, altra chicca. Chiude naturalmente "Albachiara": come tutti sanno non se ne va nessuno se non la canta OLTRE LO SPETTACOLO Tra energia, emozioni e poesia rock, le sue canzoni entrano direttamente nella pelle e nel cuore. Oggi Vasco non è più solo un provocautore, ma un poeta rock che incarna lo spirito e i sogni di più di una generazione. In un presente che somiglia a uno spettacolo permanente, le sue canzoni tornano a essere strumenti di resistenza "attiva" e occasioni di riconoscimento reciproco. Ogni data del tour 2026 sarà molto più di un semplice concerto: sarà un ritorno alla possibilità di dire "NO", un sentimento di appartenenza che si rinnova ogni volta. Sua Maestà il Palco: i palchi di Vasco Rossi sono da sempre sinonimo di maestosità e spettacolo, veri e propri monumenti itineranti che diventano parte integrante dello show. Quest'anno l'asticella si alza ancora: ricco di alta tecnologia, di effetti luce speciali e di contenuti video avvolgenti, che contribuiscono ad accelerare le emozioni. Una scena solida, ferrosa, profondamente rock. La geometria triangolare - richiamo alla "V" di Vasco - diventa il segno distintivo dell'intero palco: telai metallici modulari e un led triangolare mobile, che sovrasta la band e si muove nello spazio scenico, costruiscono un ambiente in continua trasformazione, capace di generare scenari sempre diversi. Monumentale e dinamica, la scenografia si muove tra materia e luce, dando forma a scenari in evoluzione senza perdere la propria identità potente e iconica. La tridimensionalità della scena domina lo spazio, offrendo punti di vista sempre diversi e una profondità che cattura lo sguardo. Un tiro pazzesco LA BAND: Vince Pastano: direzione musicale, chitarre, cori Stef Burns: chitarra Antonello D'Urso: chitarra acustica, programmazione, percussioni, cori Andrea Torresani:

basso, synth basso, cori Alberto Rocchetti: tastiere Donald Renda: batteria Andrea Ferrario: sax Tiziano Bianchi: tromba Roberto Solimando: trombone, sousafono su "Non siamo mica gli americani" Roberta Montanari: cori. percussioni Claudio Golinelli "IL GALLO" special guest, basso (presente a Rimini, verrà poi quando vorrà) La carovana rock cresce di anno in anno: in tour siamo arrivati a 504 persone, mentre il personale locale, tra facchini, sicurezza, staff, a seconda della grandezza delle venue, varia dai 400 ai 650 a data, che collaborano fattivamente al montaggio delle strutture. In totale sono 39 gli hotel prenotati direttamente dal tour senza considerare quelli prenotati direttamente dai locali. Le auto al seguito rasentano il centinaio 67 i BILICI al seguito del Vasco Live 2026: 18 fra palco e portali - 35 di produzione per audio, scena, luci, automazioni - 2 per gruppi elettrogeni pari 1600kw - 2 per il merchandising - 10 per arena panels e cover floor (coperture carrabili e pedonali per i mezzi pesanti che necessitano di lavorare all'interno dello stadio, a protezione delle piste di atletica, delle zone dove si posizionerà il palco, del prato dei campi di calcio dove sosterà il pubblico - Obi Van per trasmettere il live durante lo show. SUA MAESTÀ IL PALCO 70 metri di larghezza, 24 metri di profondità e portali che svettano fino a 28 metri d'altezza, progettati per sostenere il peso di strutture faraoniche. 340 metri quadri di scena tridimensionale, con ben 1200 metri quadrati di schermi a LED. Nonostante l'enorme spiegamento di tecnologia tra effetti speciali e strutture grandiose, la sua essenza è profondamente rock e conserva un'anima pura, istintiva e viva. Niente è troppo confezionato o artificiale: la macchina tecnologica resta, prima di tutto, sempre al servizio della musica. Alla regia Pepsy Romanoff che per i contenuti video si è ispirato ai principi della fisica quantistica: il live di Vasco è un "acceleratore di particelle emotive", ogni canzone è una "particella", la scaletta è un "flusso canalizzato", il pubblico il "campo energetico". Come al Cern, si accelera per capire di cosa siamo fatti davvero. Il palco è "l'acceleratore", il punto di impatto, il luogo dove l'energia viene spinta al limite. Il palco assume un'impostazione fortemente teatrale, mentre i contenuti dei ledwall costruiscono scenografie virtuali immersive che amplificano la percezione dello spazio e della profondità scenica. Il vero punto di forza è la gestione, ad altissimi livelli di complessità e di scala, di uno show di portata internazionale, che integra i diversi approcci creativi spingendoli al limite: una diretta continua multiview, con più angolazioni simultanee di Vasco e della band, che convive in perfetto equilibrio con grafiche dedicate e ambientazioni 3D. Per esempio, su "Vado al massimo", il palco si trasforma in un gigantesco acceleratore di particelle, generato dall'incontro tra le canzoni di Vasco e il suo pubblico. Luci, visual e movimento scenico convergono in un'esplosione controllata di energia che dà avvio alla corsa emotiva dello spettacolo. Mentre su "Non siamo mica gli americani - (per quello che ho da fare) Faccio il militare", appare al centro della scena una gigantesca marionetta a cui sono sospesi gli schermi della diretta video. Il volto, ispirato all'estetica dei carri allegorici, e i numerosi dettagli animati richiamano l'immaginario della copertina di Non siamo mica gli americani, creando una scena ironica, grottesca e volutamente eccessiva, che amplifica il tono provocatorio

e dissacrante del brano. L'impianto LUCI offre 878 punti luce motorizzati (interamente resistente all'acqua). 12 nuovi Laser motorizzati da 600 Watt. La struttura video/luci automatizzata, controllata da 20 motori intelligenti per creare più posizioni e movimentazioni. Scenografia dinamica con inserti luminosi tridimensionali. Sistema Zac/Track di tracciamento della posizione di Vasco e dei musicisti per una illuminazione selettiva. La scena acquista una profondità straordinaria, smette di essere una superficie piatta e diventa tridimensionale. Animazioni ed effetti visuali concepiti ad hoc e declinati in tempo reale. L'impianto AUDIO prevede una copertura acustica diversa e studiata per ogni stadio ma di una potenza media di Mezzo Milione di Watts, distribuiti tramite una quindicina di clusters: 6 centrali, 3 per parte sul fronte palco - 2 laterali (1 su ogni lato più esterno del palco). RIGGING e MOTORI: verranno utilizzati 200 motori (argani elettrici) per sospendere le attrezzature dello show di cui 20 intelligenti per le automazioni. Ci saranno 2 FIAMME E GEISER (Co2 jet) e PYRO di 1200 punti fuoco più altri effetti. CREDITI Live Nation Production Manager: Riccardo Genovese Tour Manager & Accountant: Laura Palestri Set designer: Gio' Forma Lighting designer: Giovanni Pinna Sound engineering: Andrea Corsellini Video director: Pepsy Romanoff - Except Film. Photo/Social video: Gianluca Simoni, Alessandra Trucillo, Roberto Villani per Chiaroscuro Creative di Arturo Bertusi Social media manager/Web staff: Daria Sheina, Chiara Sclarandi Stylist e Grafic design: Laura & Luca in collaborazione con TM Project Occhiali Vasco Rossi by Saraghina l'oggetto più desiderato. SUPPORTER IN TOUR I 10 FINALISTI DI "ZOCCA PAESE DELLA MUSICA" Al suo 3° anno il Festival "Zocca paese della musica", concorso per i giovani talenti. Quest'anno i vincitori che si esibiranno sul palco di VASCO LIVE 2026, uno per sera, sono: Gaia Papadia (Ferrara 5/06), CaPaBrò (Ferrara 6/06), Magenta#9 (Olbia 12/06), GRACE (Olbia 13/06), Samar (Bari 18/06), Joe Meravilia (Bari 19/06), Martellini (Ancona 23/06), Dario Comparini (Ancona 24/06), Eden (Udine 28/06), Cindy (Udine 29/06). Coop Alleanza 3.0 lancia "GREEN ROCK!" insieme a Live Nation e Libera VASCO LIVE 2026: MUSICA, SOSTENIBILITÀ E PARTECIPAZIONE SOCIALE Al Vasco Live 2026, la musica incontra l'impegno per trasformare i grandi eventi in esperienze più sostenibili. Coop Alleanza 3.0 affianca uno degli appuntamenti live più attesi dell'estate portando al centro temi come tutela ambientale, responsabilità sociale e attenzione ai territori, attraverso azioni concrete e condivise. Perché quando la musica unisce migliaia di persone, anche il rispetto per il pianeta può diventare un gesto collettivo. Nasce così Green Rock!, il progetto sviluppato insieme a Live Nation per accompagnare il tour con iniziative dedicate alla sostenibilità ambientale, alla cura degli spazi urbani e al coinvolgimento diretto del pubblico. Tra i protagonisti dell'iniziativa ci saranno i Green Angels, volontari presenti durante tutte le date del tour tra ingressi, aree ristoro e isole ecologiche, con il compito di sensibilizzare il pubblico alla corretta raccolta differenziata e promuovere comportamenti responsabili attraverso un approccio positivo e inclusivo. Accanto alle attività realizzate all'interno delle venue, il progetto coinvolgerà anche le città che ospitano il tour con interventi di volontariato ambientale organizzati insieme ad

associazioni locali e realtà del territorio. LE ATTIVITÀ CITTÀ PER CITTÀ Rimini Pulizia degli argini del fiume Marecchia insieme ad associazioni ambientaliste e realtà locali. Ferrara Passeggiata ecologica dedicata al plogging con raccolta rifiuti e distribuzione di posacenere tascabili. Bari Raccolta dei rifiuti abbandonati e attività di piantumazione urbana nei quartieri coinvolti nel progetto. Ancona Azioni di sensibilizzazione sulle corrette modalità di conferimento dei rifiuti attraverso il coinvolgimento diretto dei volontari. Udine Interventi di pulizia e raccolta rifiuti nelle aree verdi e nei quartieri vicini allo stadio. Tra le iniziative previste anche il recupero del cibo invenduto proveniente dalle aree ristoro e dal catering del tour grazie al progetto Buon Fine di Coop Alleanza 3.0, nato per contrastare lo spreco alimentare e sostenere associazioni e realtà locali impegnate nel supporto alle persone in difficoltà. Il progetto si arricchisce inoltre della collaborazione con Libera - Associazione Nomi e Numeri contro le Mafie, partner storico della Cooperativa, con un'iniziativa artistica collettiva che accompagnerà tutte le tappe del Vasco Live 2026. Negli spazi Coop Alleanza 3.0 allestiti nelle aree concerto, il pubblico sarà invitato a contribuire alla realizzazione di grandi tele condivise lasciando messaggi, segni e contributi creativi. Un gesto simbolico che trasforma l'esperienza del live in un'occasione di espressione collettiva e sensibilizzazione sui temi della legalità, della responsabilità sociale e della cittadinanza attiva. Al termine del tour, le opere saranno battute all'asta e il ricavato devoluto a Libera a sostegno delle attività dell'associazione. Successivamente, le tele verranno donate a luoghi pubblici delle città coinvolte, come testimonianza permanente dell'esperienza condivisa durante il tour. Con Green Rock!, Vasco Live 2026 diventa così non solo un grande evento musicale, ma anche un progetto capace di lasciare un segno concreto nei territori che attraversa, unendo spettacolo, consapevolezza ambientale e valore sociale. ufficio.stampa@alleanza3-0.coop.it Vittorio Morisco 335 1226703 Francesco Reggiani 328 1662569 Seguici su: @coopalleanza @coopalleanza30 coopalleanza_30 @coopalleanza3.0 @coopalleanza_30 SETLIST 026 01. Vado al massimo (1982 album di Ogni volta, Canzone, La noia) 02. Ormai è tardi (Liberi Liberi, 1989) 03. Fegato, fegato spappolato (Non siamo mica gli americani! 1979) 04. Una nuova canzone per lei (Cosa succede in città, 1985) 05. Bolle di sapone (Cosa succede in città, 1985) 06. Alibi (Colpa d'Alfredo, 1980) 07. Sono ancora in coma (Vado al massimo, 1982) 08. Ciao (C'è chi dice no, 1987) 09. Domani sì, adesso no (Cosa succede in città, 1985) 10. Tango (della gelosia) (Liberi Liberi, 1989) 11. Lunedi (C'è chi dice no, 1987) Interludio 12. Marea (Nessun pericolo per te, 1996) 13. Siamo soli (Stupido hotel, 2001) 14. Se ti potessi dire (2019) 15. (per quello che ho da fare) Faccio il militare (Non siamo mica gli americani! 1979) 16. Gli spari sopra (1993) 17. C'è chi dice no (1987) 18. Stupendo (Gli spari sopra, 1993) 19. Rewind (Canzoni per me, 1998) 20. Un mondo migliore (2016) Il Gran finale: 21. La noia (Vado al massimo 1982) 22. Sally (Nessun pericolo per te, 1996) 23. Siamo solo noi (1981) 24. Vita Spericolata - voce e piano (Bollicine, 1983) 25. Canzone - suonata con

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

la band - (Vado al massimo 1982) 26. Albachiara (Non siamo mica gli americani! 1979) Articoli Correlati: Stef Burns con Peppino D'Agostino in concerto al Teatro Delle Energie.

Ansa.it

Area Sud e Isole

Restyling da 3,5 milioni di euro per l'Ipercoop di Molfetta

E' terminato il rinnovamento dell'Ipercoop di Molfetta, 4330 metri quadrati in provincia di Bari dove lavorano 87 dipendenti. Per i lavori, iniziati a febbraio a negozio aperto, Coop Alleanza 3.0 ha investito 3,5 milioni di euro. Oggi all'inaugurazione hanno partecipato fra gli altri il sindaco Manuel Minervini e il presidente della cooperativa Domenico Trombone, oltre alla vicepresidente Francesca Durighel e al presidente di Legacoop Puglia Carmelo Rollo. L'Ipercoop rinnovato può ora contare su una caffetteria con 30 posti a sedere, una forneria dove si può ordinare la pizza alla pala da ritirare calda alla fine della spesa, una macelleria con hamburgheria, una pescheria con salmoneria ma anche friggitoria dove farsi cuocere il pesce al momento, un reparto ortofrutta con indicati i prodotti locali, una cantina con gin hub e angolo spritzology e anche il nuovo corner dedicato alla bellezza, Coop salute con a disposizione tre farmaciste, e ancora un reparto di elettronica Expert In, uno spazio abbigliamento in collaborazione con Upim, il rinnovato settore Libri scelti per Coop Alleanza 3.0 da Librerie.coop e k'ottica. Riproduzione riservata © Copyright ANSA.



Ansa.it

Restyling da 3,5 milioni di euro per l'Ipercoop di Molfetta

06/18/2026 13:17

E' terminato il rinnovamento dell'Ipercoop di Molfetta, 4330 metri quadrati in provincia di Bari dove lavorano 87 dipendenti. Per i lavori, iniziati a febbraio a negozio aperto, Coop Alleanza 3.0 ha investito 3,5 milioni di euro. Oggi all'inaugurazione hanno partecipato fra gli altri il sindaco Manuel Minervini e il presidente della cooperativa Domenico Trombone, oltre alla vicepresidente Francesca Durighel e al presidente di Legacoop Puglia Carmelo Rollo. L'Ipercoop rinnovato può ora contare su una caffetteria con 30 posti a sedere, una forneria dove si può ordinare la pizza alla pala da ritirare calda alla fine della spesa, una macelleria con hamburgheria, una pescheria con salmoneria ma anche friggitoria dove farsi cuocere il pesce al momento, un reparto ortofrutta con indicati i prodotti locali, una cantina con gin hub e angolo spritzology e anche il nuovo corner dedicato alla bellezza, Coop salute con a disposizione tre farmaciste, e ancora un reparto di elettronica Expert In, uno spazio abbigliamento in collaborazione con Upim, il rinnovato settore Libri scelti per Coop Alleanza 3.0 da Librerie.coop e k'ottica. Riproduzione riservata © Copyright ANSA.

GDO News

Area Sud e Isole

Ipercoop Molfetta riapre rinnovato tra freschi, servizi e ristorazione


GDO News

Ipercoop Molfetta riapre rinnovato tra freschi, servizi e ristorazione

06/18/2026 12:38 Meta Time

Coop Alleanza 3.0 inaugura il rinnovato Ipercoop di Molfetta , all'interno del Centro commerciale La Mongolfiera, dopo un intervento di restyling da circa 3,5 milioni di euro . I lavori, avviati a febbraio e condotti mantenendo il negozio aperto, hanno interessato ambienti, reparti e servizi, con l'obiettivo di rendere l'esperienza di spesa più funzionale e coerente con l'evoluzione dei consumi. CLICCA QUI E ISCRIVITI ALLA ROUNDTABLE DEDICATA AI FORMAGGI Il punto vendita si sviluppa su una superficie di circa 4.330 mq , impiega 87 addetti e serve una base di quasi 20 mila soci . Insieme all'Ipercoop di Barletta rappresenta uno dei principali presidi della cooperativa nella provincia di Bari. Il rinnovamento parte già dall'ingresso, con nuovi spazi dedicati al Punto di Ascolto, all'Ufficio soci e al Prestito sociale. Il percorso di acquisto è stato ridisegnato attraverso una comunicazione più chiara e una maggiore evidenza di offerte, convenienza e valori cooperativi. Per i soci è inoltre disponibile il servizio Salvatempo tramite app, che consente di scansionare i prodotti e concludere il pagamento direttamente dallo smartphone. Tra le principali novità figura la nuova Caffetteria, accessibile sia dall'interno sia da un ingresso dedicato. Lo spazio, dotato di oltre 30 posti a sedere, amplia la funzione del punto vendita con proposte per colazione, pranzo e aperitivo, valorizzando anche specialità locali come focaccia barese, fritti e cuoppi. Centrale il rafforzamento dei freschi e della produzione interna. La Forneria propone pane, pizza alla pala, focacce e prodotti da rosticceria, mentre gastronomia, macelleria e pescheria sono state rinnovate con preparazioni pronte, take away e servizi dedicati. Tra i nuovi corner trovano spazio Hamburgeria, Friggitoria e Salmoneria. L'ortofrutta valorizza le produzioni locali e introduce preparazioni tagliate quotidianamente. Nella cantina, accanto alle etichette regionali e a marchio Fior fiore Coop, arrivano il Gin Hub, lo spazio Spritzology e l'enofrigo per i vini già refrigerati. Il restyling coinvolge anche benessere e non food. Il corner La bellezza di essere me si affianca al rinnovato Coop Salute, presidiato da tre farmaciste, mentre l'offerta extra alimentare comprende elettronica con Expert In, abbigliamento bambini con BluKids, casa, libreria e Ottica Coop. Il negozio dispone di 12 casse, metà servite e metà self-service, ed è aperto dal lunedì al sabato dalle 9 alle 21 e la domenica dalle 10 alle 21.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

molfettaviva.it

Area Sud e Isole

Inaugurato oggi l'Ipercoop di Molfetta, dopo il restyling da 3 milioni e mezzo di euro - VIDEO



Inaugurato oggi, 18 giugno, a Molfetta, l'ipercoop di Coop Alleanza3.0, all'interno del Centro commerciale La Mongolfiera, in Via Adriano Olivetti uscita SS 16 bis. Il negozio è stato completamente rinnovato dopo i lavori di restyling avviati a febbraio e condotti a negozio aperto. L'ipercoop è stato oggetto di un intervento mirato, pensato per offrire a soci e clienti una spesa comoda, di qualità, in linea con le nuove esigenze e tendenze di consumo. Coop Alleanza 3.0 ha creduto fortemente in questo progetto, investendo 3,5 milioni di euro . Per condividere questo importante momento con tutta la comunità, oggi, a partire dalle 10 si è tenuta la cerimonia di inaugurazione a cui hanno partecipato Manuel Minervini , Sindaco di Molfetta, Domenico Trombone , Presidente di Coop Alleanza 3.0, Salvatore Vincenzo La Forgia , Dirigente Area Attività Produttive e Commercio della Città di Molfetta, Francesca Durighel , Vicepresidente di Coop Alleanza 3.0. Per la Cooperativa , inoltre, erano presenti: Franco Buluggiu , Direttore commerciale, Domenico Della Porta , Regional Director, Annarita Marinelli , District manager, Eliana Straziota Consigliera di Amministrazione; l'inaugurazione, inoltre, ha visto la presenza di Carmelo Rollo , Presidente di Legacoop Puglia . Dopo gli interventi, Don Beppe de Ruvo , della parrocchia Madonna della Rosa, ha benedetto la struttura. L'ipercoop tutto nuovo: una spesa più facile a misura di soci e consumatori Dopo i lavori di rinnovamento, il punto vendita Coop si presenta completamente rinnovato e pronto ad accogliere i suoi quasi 20 mila soci e tutti i clienti con un'offerta pensata per soddisfare ogni tipo di esigenza: da chi cerca una soluzione veloce, a chi vuole risparmiare senza rinunciare a qualità e sicurezza, fino a chi predilige articoli di alta gamma o desidera gustare i sapori autentici della tradizione locale. Il nuovo supermercato Coop mette a disposizione qualità e servizi su una superficie di circa 4.330 mq, con un organico composto da 87 persone. Il rinnovato ipercoop rappresenta un presidio di punta della Cooperativa nella provincia di Bari insieme all'ipercoop di Barletta. Le novità per tutti i soci e consumatori iniziano dall'ingresso in termini di ambientazione: ad accogliere i clienti sono i rinnovati Punto di Ascolto e l' Ufficio soci e Prestito . Il percorso di spesa è scandito da una comunicazione chiara e visibile, incentrata sui valori cooperativi e che mette in risalto le offerte e la convenienza. All'ipercoop, per i soci la spesa è ancora più smart grazie all'app Salvatempo : questa applicazione permette ai soci e alle socie di utilizzare il loro smartphone per scansionare i prodotti durante la spesa e, al termine, pagare in autonomia sempre tramite il telefono, evitando così la fila alle casse. La Caffetteria Con i lavori di restyling, l'ipercoop presenta il nuovo format della Caffetteria . Al nuovo punto ristoro è possibile accedere direttamente dal negozio o da un secondo ingresso dedicato e, grazie agli oltre 30 posti a

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sedere , fare una pausa in tutta comodità. L'offerta della Caffetteria sarà particolarmente ricca e variegata: accanto alla colazione, alla pausa caffè e alla merenda, l'area propone anche specialità dal forte richiamo locale, come la focaccia barese, insieme a pane e pasticceria serviti. La proposta si amplia poi al momento dell'aperitivo, con soluzioni pronte e sfiziose, e alla pausa pranzo, grazie anche all'offerta di fritti e cuoppi, misti e di pesce. Sono disponibili anche prodotti vegetariani, vegani e gluten free. La Caffetteria è un servizio nuovo per rendere la visita all'ipercoop più completa e piacevole. Forneria Coop: la bontà sfornata ogni giorno Tra le novità introdotte dal restyling, spicca la Forneria Coop , un'area dedicata alle delizie da forno. Il banco assistito propone pane fresco prodotto nei nostri forni o da fornitori del Territorio. Immancabili le tipicità locali come pizze, focacce, fritti e delizie di rosticceria. Chi lo desidera potrà scegliere la pizza alla pala, prodotta internamente con la possibilità di ordinarla e ritirarla calda al termine della spesa. Gastronomia: sapori e tradizioni del territorio Il banco gastronomia, gestito da personale qualificato, offre un ampio assortimento di piatti pronti, specialità di rosticceria e ricette della tradizione locale. I gastronomi Coop sono sempre disponibili per suggerire abbinamenti e idee nuove per la tavola. Ricca anche la selezione di salumi e formaggi, freschi e stagionati e una vasta scelta di pasta fresca. Nel rinnovato reparto Gastronomia spazio anche alla vendita dei polli take away . Macelleria e Pescheria: freschezza e assortimento I banchi assistiti della Macelleria e della Pescheria arricchiscono l'esperienza d'acquisto con un'offerta ancora più curata, con l'inserimento di diversi elaborati di produzione interna, come la salsiccia, le bombette gli involtini. I macellai Coop propongono carni provenienti da filiere controllate. Nello spazio macelleria un'apposita area è dedicata con l' Hamburgeria , con il suo ampio assortimento che comprende anche versioni vegetariane, oltre a una selezione completa degli ingredienti per comporre il proprio panino: verdure, formaggi, burger buns e salse. Nel banco assistito della Pescheria saranno disponibili tanti piatti pronti da cuocere, pesce fresco o surgelato per ogni ricetta e necessità. La Friggitoria : il servizio permetterà, a chi desidera un fritto caldo di pesce, di scegliere tra diverse varianti e di farlo preparare al momento . Tra le novità anche il nuovo corner della Salmoneria , zona interamente dedicata alla proposta di salmone - ad esempio affumicato o a tranci - in formato take away. Ortofrutta: dal campo vicino a te alla tavola Nel reparto ortofrutta rinnovato, Coop valorizza principalmente le produzioni agricole del territorio, proponendo frutta e verdura di stagione coltivate localmente. L'assortimento sarà integrato da prodotti ortofrutticoli tagliati freschi quotidianamente. Ampio spazio ai prodotti Biologici, ampiamente rappresentati. Cantina Nella nuova Cantina viene valorizzata un'ampia selezione di vini, locali, regionali, oltre a etichette a marchio Fior fiore Coop. Spazio anche al nuovo " Gin hub ", che presenta un ampio assortimento per la preparazione di cocktail a base di gin. Con il nuovo enofrigo sarà possibile acquistare il vino già refrigerato e pronto per il consumo. Tra le novità, lo spazio "Spritzology" con le combinazioni che consentono di preparare lo spritz. "La bellezza di essere me" all'iperocoop di Molfetta Con i lavori

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di restyling soci e clienti troveranno il nuovo corner " La bellezza di essere me ", uno spazio dedicato alla cura personale e al benessere. Un'area pensata per accompagnare i clienti nei gesti quotidiani di bellezza e salute, con un assortimento selezionato e un approccio inclusivo, capace di rendere l'esperienza di spesa più completa e vicina alle esigenze di tutti. Il nuovo spazio propone un'esperienza d'acquisto integrata tra la cura del corpo e l'attenzione alla salute alimentare; quest'ultima attraverso il potenziamento dell'offerta di alimenti free from (ad esempio senza Glutine, senza lattosio) e rich in (arricchiti a titolo esemplificativo in proteine, fibre). L'ipercoop presenta anche il rinnovato Coop Salute , dove i clienti possono contare sulla professionalità di 3 farmaciste pronte a offrire supporto e consiglio per scegliere tra una moltitudine di prodotti, tra cui farmaci senza obbligo di ricetta e parafarmaci, inclusi quelli a marchio Coop, fino ai prodotti diagnostici e ai prodotti per la prima infanzia. I reparti non alimentari: per un'offerta più ampia L'offerta dell'ipercoop si compone di alcuni spazi che vanno a completare l'esperienza di acquisto per i soci e i consumatori. I prodotti ad alto contenuto di innovazione, ovvero i Technical Consumer Goods sono presenti nel reparto dedicato ai piccoli e grandi elettrodomestici, alla telefonia all'informatica e all'elettronica EXPERT IN . I clienti trovano anche il reparto dedicato all'abbigliamento per neonati e bambini: nell'assortimento del corner in collaborazione con Upim , storico brand italiano del settore, sono presenti le sue collezioni di abbigliamento Blu kids . Rilevanza anche al reparto Casa con una vasta gamma di prodotti a marchio Coop, tra cui utensili e tessile. Spazio anche ai libri con il rinnovato corner " Libri scelti per Coop Alleanza 3.0 da Librerie.coop " una vera e propria libreria. A completare i servizi proposti dall'ipercoop l' Ottica Coop , offre un vasto assortimento di occhiali, con l'ausilio di ottici professionisti. Infine, il supermercato è dotato di 6 casse self e 6 casse servite , ed è aperto dal lunedì al sabato dalle 9,00 alle 21.00, la domenica dalle 10 alle 21.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

My Fruit

Area Sud e Isole

Coop Alleanza3.0: rinnovato ipercoop di Molfetta


My Fruit

Coop Alleanza3.0: rinnovato ipercoop di Molfetta

06/18/2026 16:58

Nel reparto ortofrutta si punta alle produzioni agricole del territorio, proponendo frutta e verdura di stagione coltivate localmente Inaugurato a Molfetta, l'ipercoop di Coop Alleanza3.0, all'interno del Centro commerciale La Mongolfiera , in Via Adriano Olivetti uscita SS 16 bis. Il negozi o è stato completamente rinnovato dopo i lavori di restyling avviati a febbraio e condotti a negozio aperto. L'ipercoop è stato oggetto di un intervento mirato, pensato per offrire a soci e clienti una spesa comoda, di qualità, in linea con le nuove esigenze e tendenze di consumo. Coop Alleanza 3.0 ha creduto fortemente in questo progetto, investendo 3,5 milioni L'ipercoop tutto nuovo: una spesa più facile a misura di soci e consumatori Dopo i lavori di rinnovamento, il punto vendita Coop si presenta completamente rinnovato e pronto ad accogliere i suoi quasi 20 mila soci e tutti i clienti con un'offerta pensata per soddisfare ogni tipo di esigenza: da chi cerca una soluzione veloce, a chi vuole risparmiare senza rinunciare a qualità e sicurezza , fino a chi predilige articoli di alta gamma o desidera gustare i sapori autentici della tradizione locale. Il nuovo supermercato Coop mette a disposizione qualità e servizi su una superficie di circa 4.330 metri quadri, con un organico composto da 87 persone . Il rinnovato ipercoop rappresenta un presidio di punta della Cooperativa nella provincia di Bari insieme all'ipercoop di Barletta. Le novità per tutti i soci e consumatori iniziano dall'ingresso in termini di ambientazione: ad accogliere i clienti sono i rinnovati p unto di ascolto e l'ufficio soci e prestito Il percorso di spesa è scandito da una comunicazione chiara e visibile, incentrata sui valori cooperativi e che mette in risalto le offerte e la convenienza. All'ipercoop, per i soci la spesa è ancora più smart grazie all'app Salvatempo: questa applicazione permette ai soci e alle socie di utilizzare il loro smartphone per scansionare i prodotti durante la spesa e, al termine, pagare in autonomia sempre tramite il telefono, evitando così la fila alle casse. Ortofrutta: dal campo vicino a te alla tavola Nel reparto ortofrutta rinnovato, Coop valorizza principalmente le produzioni agricole del territorio, proponendo frutta e verdura di stagione coltivate localmente . L'assortimento sarà integrato da prodotti ortofrutticoli tagliati freschi quotidianamente . Ampio spazio ai prodotti biologici , ampiamente rappresentati. La bellezza di essere me Con i lavori di restyling soci e clienti troveranno il nuovo corner La bellezza di essere me , uno spazio dedicato alla cura personale e al benessere. Un'area pensata per accompagnare i clienti nei gesti quotidiani di bellezza e salute, con un assortimento selezionato e un approccio inclusivo, capace di rendere l'esperienza di spesa più completa e vicina alle esigenze di tutti. Il nuovo spazio propone un'esperienza d'acquisto integrata tra la cura del corpo e l'attenzione alla salute alimentare ; quest'ultima attraverso il potenziamento dell'offerta di alimenti free from (ad esempio

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

senza Glutine, senza lattosio) e rich in (arricchiti a titolo esemplificativo in proteine, fibre). L'ipercoop presenta anche il rinnovato Coop Salute, dove i clienti possono contare sulla professionalità di 3 farmaciste pronte a offrire supporto e consiglio per scegliere tra una moltitudine di prodotti, tra cui farmaci senza obbligo di ricetta e parafarmaci, inclusi quelli a marchio Coop, fino ai prodotti diagnostici e ai prodotti per la prima infanzia. Il supermercato è dotato di 6 casse self e 6 casse servite, ed è aperto dal lunedì al sabato dalle 9,00 alle 21.00, la domenica dalle 10 alle 21. Fonte: Coop Alleanza3.0.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Trm Tv

Area Sud e Isole

Molfetta, inaugurato il nuovo Ipercoop dopo il restyling da 3,5 milioni

A Molfetta ha riaperto oggi completamente rinnovato l'Ipercoop di Coop Alleanza 3.0 all'interno del centro commerciale La Mongolfiera. Un investimento da 3 milioni e mezzo di euro che ha consentito il restyling dell'intera struttura, mantenuta aperta durante i lavori iniziati a febbraio. Al taglio del nastro hanno partecipato il sindaco Manuel Minervini, il presidente di Coop Alleanza 3.0 Domenico Trombone e rappresentanti della cooperativa e delle istituzioni locali. Il punto vendita si estende su oltre 4.300 metri quadrati, impiega 87 addetti e serve quasi 20 mila soci. Tra le principali novità una nuova caffetteria, la Forneria Coop, i reparti gastronomia, macelleria e pescheria rinnovati, oltre a spazi dedicati alla salute, al benessere e ai prodotti del territorio. Potenziati anche i servizi digitali e le casse self-service per rendere più rapida l'esperienza di acquisto. Redazione Web.


Trm Tv

Molfetta, inaugurato il nuovo Ipercoop dopo il restyling da 3,5 milioni

06/18/2026 12:23

A Molfetta ha riaperto oggi completamente rinnovato l'Ipercoop di Coop Alleanza 3.0 all'interno del centro commerciale La Mongolfiera. Un investimento da 3 milioni e mezzo di euro che ha consentito il restyling dell'intera struttura, mantenuta aperta durante i lavori iniziati a febbraio. Al taglio del nastro hanno partecipato il sindaco Manuel Minervini, il presidente di Coop Alleanza 3.0 Domenico Trombone e rappresentanti della cooperativa e delle istituzioni locali. Il punto vendita si estende su oltre 4.300 metri quadrati, impiega 87 addetti e serve quasi 20 mila soci. Tra le principali novità una nuova caffetteria, la Forneria Coop, i reparti gastronomia, macelleria e pescheria rinnovati, oltre a spazi dedicati alla salute, al benessere e ai prodotti del territorio. Potenziati anche i servizi digitali e le casse self-service per rendere più rapida l'esperienza di acquisto. Redazione Web.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Trm Tv

Area Sud e Isole

Riapre l'Ipercoop di Molfetta: investimento di 3,5 milioni per un nuovo restyling



Trm Tv

Riapre l'Ipercoop di Molfetta: investimento di 3,5 milioni per un nuovo restyling

06/18/2026 17:57

Inaugurato a Molfetta, l'ipercoop di Coop Alleanza3.0, all'interno del Centro commerciale La Mongolfiera, in Via Adriano Olivetti uscita SS 16 bis. Il negozio è stato completamente rinnovato dopo i lavori di restyling avviati a febbraio e condotti a negozio aperto. L'ipercoop è stato oggetto di un intervento mirato, pensato per offrire a soci e clienti una spesa comoda, di qualità, in linea con le nuove esigenze e tendenze di consumo. Coop Alleanza 3.0 ha creduto fortemente in questo progetto, investendo 3,5 milioni di euro. Per condividere questo importante momento con tutta la comunità, oggi, a partire dalle 10 si è tenuta la cerimonia di inaugurazione a cui hanno partecipato Manuel Minervini, Sindaco di Molfetta, Domenico Trombone, Presidente di Coop Alleanza 3.0, Salvatore Vincenzo La Forgia, Dirigente Area Attività Produttive e Commercio della Città di Molfetta, Francesca Durighel, Vicepresidente di Coop Alleanza 3.0. Per la Cooperativa, inoltre, erano presenti: Franco Buluggiu, Direttore commerciale, Domenico Della Porta, Regional Director, Annarita Marinelli, District manager, Eliana Straziota Consigliera di Amministrazione; l'inaugurazione, inoltre, ha visto la presenza di Carmelo Rollo, Presidente di Legacoop Puglia. Dopo gli interventi, Don Beppe de Ruvo, della parrocchia Madonna della Rosa, ha benedetto la struttura. L'ipercoop tutto nuovo: una spesa più facile a misura di soci e consumatori Dopo i lavori di rinnovamento, il punto vendita Coop si presenta completamente rinnovato e pronto ad accogliere i suoi quasi 20 mila soci e tutti i clienti con un'offerta pensata per soddisfare ogni tipo di esigenza: da chi cerca una soluzione veloce, a chi vuole risparmiare senza rinunciare a qualità e sicurezza, fino a chi predilige articoli di alta gamma o desidera gustare i sapori autentici della tradizione locale. Il nuovo supermercato Coop mette a disposizione qualità e servizi su una superficie di circa 4.330 mq, con un organico composto da 87 persone. Il rinnovato ipercoop rappresenta un presidio di punta della Cooperativa nella provincia di Bari insieme all'ipercoop di Barletta. Le novità per tutti i soci e consumatori iniziano dall'ingresso in termini di ambientazione: ad accogliere i clienti sono i rinnovati Punto di Ascolto e l'Ufficio soci e Prestito. Il percorso di spesa è scandito da una comunicazione chiara e visibile, incentrata sui valori cooperativi e che mette in risalto le offerte e la convenienza. All'ipercoop, per i soci la spesa è ancora più smart grazie all'app Salvatempo: questa applicazione permette ai soci e alle socie di utilizzare il loro smartphone per scansionare i prodotti durante la spesa e, al termine, pagare in autonomia sempre tramite il telefono, evitando così la fila alle casse. Denny Pellegrino.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Trm Tv

Area Sud e Isole

Riapre l'Ipercoop di Molfetta: investimento di 3,5 milioni per un nuovo restyling

[CLICCARE SULL'IMMAGINE PER LA RIPRODUZIONE DEL VIDEO] Inaugurato a Molfetta, l'ipercoop di Coop Alleanza3.0, all'interno del Centro commerciale La Mongolfiera, in Via Adriano Olivetti uscita SS 16 bis. Il negozio è stato completamente rinnovato dopo i lavori di restyling avviati a febbraio e condotti a negozio aperto.



Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Molfetta Viva

Area Sud e Isole

Nuovo volto per l'Ipercoop di Molfetta

[CLICCARE SULL'IMMAGINE PER LA RIPRODUZIONE DEL VIDEO] Inaugurato oggi, 18 giugno, il rinnovato punto vendita all'interno del centro commerciale Gran Shopping Molfetta. Un restyling importante, reso possibile grazie a un investimento di circa 3,5 milioni di euro, per offrire spazi più moderni, funzionali e accoglienti per clienti e lavoratori Video a cura di Ida Vinella



Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi

Controllate e partecipate

Anche Ivass valuterà le offerte bancarie


MERCATI

Le borse restano fiduciose

Anche Ivass valuterà le offerte bancarie

Il risiko bancario avrà «un impatto significativo» sul comparto assicurativo, ma l'Ivass, l'authority del settore, valuterà le operazioni soltanto sotto il profilo dei «presupposti prudenziali» perché il giudizio sulle operazioni spetta al mercato: lo ha riferito il presidente Paolo Angelini, durante la relazione sull'attività dell'istituto di vigilanza. Senza mai citare le operazioni nel dettaglio, Angelini si riferiva all'opas lanciata da Intesa Sanpaolo su Mps nella quale è coinvolta anche Unipol. La Ca' de Sass acquisirà Mediobanca e la sua partecipazione del 13% in Generali. «Pochi giorni fa sono state annunciate importanti operazioni di aggregazione che coinvolgono primari istituti bancari e assicurativi, destinate a produrre impatti significativi sui modelli di attività, sugli assetti partecipativi e di governo societario», ha detto Angelini.

Intanto nel 2025 le compagnie italiane «hanno rafforzato la propria solidità patrimoniale, incrementato la raccolta premi e gli investimenti, migliorato la redditività e le condizioni di liquidità», ha sottolineato Angelini. Il comparto Vita è cresciuto del 7,3% trainato dalle polizze con finalità di investimento. La raccolta è salita anche nei rami Danni. Il peso del comparto auto è poco sopra il 40%. Ivass e Antitrust stanno per avviare un'indagine conoscitiva sul comparto Rc auto per individuare «una più efficace regolamentazione del settore».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MF

Controllate e partecipate

La banque verte studia un incremento della quota dal 22,8% verso il limite del 29,9%

Agricole pronto a salire in Bpm

Il rafforzamento sarebbe una risposta alla ripresa del risiko bancario in Italia. E torna d'attualità il conferimento in Piazza Meda delle attività italiane. Intanto Unipol blinda Bper salendo al 29,9%

ANDREA DEUGENI E LUCA GUALTIERI


LA BANQUE VERTE STUDIA UN INCREMENTO DELLA QUOTA DAL 22,8% VERSO IL LIMITE DEL 29,9%

Agricole pronto a salire in Bpm

Il rafforzamento sarebbe una risposta alla ripresa del risiko bancario in Italia. E torna d'attualità il conferimento in Piazza Meda delle attività italiane. Intanto Unipol blinda Bper salendo al 29,9%

BANCHE

Anche BdM è un tassello del risiko

Ahi premia 7 banche per l'inclusione

Orcel: senza fusioni vincono gli Usa

BANCO BPM

L'opas di Intesa Sanpaolo su Mps punta a ridisegnare la geografia del sistema finanziario italiano attorno a quattro poli: il conglomerato Ca' de Sass-Mediobanca-Generali, il polo italotedesco Unicredit-Commerzbank, la nuova Montepaschi-Bper a trazione Unipol e un Banco Bpm ormai sempre più legato all'azionista francese Crédit Agricole. Questa nuova mappa del potere sta oggi orientando le strategie di molti banchieri, a partire dal vertice dello stesso Agricole. Come riportato ieri da Bloomberg, la banque verte sta studiando un rafforzamento della presenza in Banco Bpm. Il gruppo francese, già primo azionista dell'istituto milanese al 22,9% e con in tasca l'autorizzazione della Bce a salire al 29,9%, starebbe analizzando diverse opzioni strategiche per rispondere ai profondi cambiamenti in atto nel mercato italiano, senza che al momento abbia assunto alcuna decisione definitiva.

L'opas di Intesa rende poco probabile quella fusione alla pari tra Bpm e Mps che era stata studiata nei mesi scorsi dai due ceo Giuseppe Castagna e Luigi Lovaglio. La nuova situazione apre diverse opzioni per Piazza Meda, a partire da una più forte integrazione con Agricole. E sarebbe proprio questa la strada che i francesi stanno studiando.

Il vertice di Crédit Agricole ha recentemente discusso il modo migliore per reagire all'offerta di Intesa sul Montepaschi. Tra le ipotesi prese in esame vi sarebbe anche quella di incrementare verso il 30% la partecipazione nel capitale dell'istituto italiano in modo tale da rafforzare significativamente il peso nell'azionariato senza assumere formalmente il controllo della banca. Non è nemmeno escluso che Parigi riapra il dossier delle operazioni straordinarie, a partire dal conferimento delle attività italiane proprio in Bpm. Si dovrebbe comunque trattare di mosse concordate con la controparte italiana e con il ticket di vertice Castagna-Massimo Tononi che nell'ultima assemblea Agricole ha contribuito a confermare.

La convergenza tra le due banche appare insomma lo scenario più probabile, anche alle luce delle importanti novità dell'ultimo anno come il depotenziamento del golden power e il crescente pressing dell'Unione Europea per avere fusioni bancarie transfrontaliere. Ancora a inizio settimana la vicepresidente e commissaria Ue alla Concorrenza Teresa Ribera dichiarava: «I Paesi Ue dovrebbero sostenere le fusioni transfrontaliere delle grandi banche europee per contribuire a spianare la strada a mercati dei capitali più integrati». Decisamente meno probabile appare invece un'iniziativa di Agricole-Bpm su Mps, giudicato un obiettivo troppo impegnativo sia per la forza finanziaria di Intesa sia per il sostegno del governo al deal.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MF

Controllate e partecipate

Le iniziative del primo socio transalpino sono seguite con attenzione dal board del Banco, che nei giorni scorsi ha fatto il punto sulle possibili risposte all'opas di Intesa. Per il momento la palla è nella metà campo di Mps, che dovrà decidere se avviare o meno negoziazioni con Piazza Meda. Un primo indizio dovrebbe arrivare lunedì prossimo, quando il cda di Mps si riunirà per decidere se e come rispondere all'offerta. Ieri intanto Consob ha ufficializzato la salita di Unipol al 29,97% di Bper attraverso swap, come annunciato nei giorni precedenti dal presidente Carlo Cimbri. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Controllate e partecipate

«L'opas su Mps? Governo neutrale Ma per Intesa possibili prescrizioni»

Il ministro Giorgetti: il golden power è per l'interesse pubblico. Tutelare i territori

Andrea Ducci


Economia 70

«L'opas su Mps? Governo neutrale Ma per Intesa possibili prescrizioni»

Il ministro Giorgetti: il golden power è per l'interesse pubblico. Tutelare i territori

ROMA Il governo è neutrale, ma si riserva la possibilità di utilizzare il golden power. A dirlo è il ministro dell'Economia, Giancarlo Giorgetti, riferendosi al destino di Mps, in ballo tra la proposta di acquisto e scambio da 31 miliardi di euro, avanzata da Intesa Sanpaolo in cordata con Unipol, e l'offerta di fusione di Banco Bpm. «Noi siamo neutrali, però il golden power valuterà e in astratto può anche capitare di dover valutare se in quelle condizioni ci sono delle prescrizioni da fare», osserva Giorgetti, rispondendo ai parlamentari durante la sua audizione a Palazzo Madama in commissione di inchiesta sul sistema bancario e finanziario. Su un ipotetico esercizio del golden power del governo il titolare del Tesoro tiene a specificare: «Le prescrizioni ci possono essere, soprattutto anche per garantire la concorrenzialità, l'assistenza alle pmi, e a livello territoriale la presenza di una competizione».

Ma la precisazione non soddisfa Cristina Tajani, senatrice del Pd e vicepresidente della commissione sul sistema bancario. «Abbiamo ascoltato il ministro affermare che, nella posizione neutrale del governo, potrebbero esserci, in astratto, prescrizioni golden power per l'Opas fatta da Intesa San Paolo su Mps. Siccome - incalza Tajani - il ministro deve essere arbitro e non giocatore, mi auguro che voglia precisare le sue parole altrimenti chiederemo che il governo venga in Parlamento a spiegare il senso delle sue affermazioni». In realtà Giorgetti si è soffermato a lungo sul tipo di approccio seguito dall'esecutivo rispetto al risiko bancario.

«Non è che il governo usa il golden power così a casaccio: è uno strumento molto delicato, ci deve essere l'interesse pubblico. Credo che la sentenza del Tar abbia dato una indicazione di quello che è corretto fare nel futuro», sostiene, riferendosi all'offerta dello scorso anno di Unicredit su Bpm. Tanto che ora il medesimo criterio di interesse pubblico potrebbe valere per Intesa Sanpaolo. Durante l'audizione viene rivendicato dal ministro il salvataggio della banca senese grazie all'intervento dello Stato. «Mps era una Cenerentola, non la voleva nessuno, poi piano piano è cominciata a diventare interessante. Oggi le azioni valgono 10 euro».

Uno scenario che prefigura l'uscita del Tesoro dal capitale di Mps, sebbene con tempistiche da definire. «Andrà valutata la finestra di mercato più opportuna per massimizzare l'incasso». Il valore della quota si aggira intorno a 1,6 miliardi di euro e la modalità di cessione potrebbe essere il cosidetto accelerated bookbuilding già utilizzata dal Tesoro. «I consulenti finanziari che seguono il Tesoro confermano che l'Abb resta una delle migliori soluzioni in termini di trasparenza», spiega Giorgetti. Sulla partita che vede i francesi di Crédit Agricole in manovra per salire al 30% di Banco Bpm la domanda è se il

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

governo interverrà con il golden power. Nel rispondere Giorgetti se la cava con una metafora calcistica. «Faccio una battuta, prendetela per quello che è: qualora l'Italia partecipasse ai mondiali, se c'è Italia-Germania, io tifo Italia, se c'è Italia-Francia, io tifo per l'Italia, chiaro? Dopodiché le regole sono regole, ma questo è un discorso che penso valga per tutti». Le due ore di audizione servono anche per dire che la mancata nomina di un presidente in Consob, ormai vacante da tre mesi, è «una anomalia» e che se potesse procederebbe «per forzare la mano». Un'ultima battuta è riservata alla legge sui capitali. «È stata una riforma titanica. Ci possono essere cose che non funzionano? Assolutamente sì. C'è la disponibilità a verificarne la manutenzione? Assolutamente sì».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Controllate e partecipate

Agricole può salire in Bpm Giorgetti in pressing su Intesa-Montepaschi

Il ministro: "Su Siena valuteremo i rischi per la sicurezza nazionale" La banca francese ipotizza di rafforzarsi per la difesa del Banco


Agricole può salire in Bpm Giorgetti in pressing su Intesa-Montepaschi

Orcel: "In Europa non dovrebbero esistere barriere"

claudia luise Il Mef uscirà dal capitale di Monte dei Paschi di Siena. Ma non c'è fretta, si può aspettare «la finestra di mercato più opportuna» per «massimizzare l'incasso». Lo conferma il ministro dell'Economia e delle Finanze, Giancarlo Giorgetti, in audizione alla commissione d'inchiesta sulle banche.

La scelta del momento giusto per uscire dall'istituto di credito senese dovrà necessariamente tenere conto dell'Opas lanciata da Intesa Sanpaolo e Unipol, ma anche della proposta di "matrimonio" presentata da Banco Bpm. Due opzioni che mirano entrambe a modificare il futuro del Monte e su cui, assicura Giorgetti, il Mef avrà una posizione di «neutralità». Il ministro si mostra soddisfatto per il consolidamento di Mps. «Era una Cenerentola che non voleva nessuno, poi piano piano è cominciata a diventare interessante», ricorda ripercorrendo le tappe del progressivo disinvestimento del Mef: dall'autunno 2023 all'autunno 2024 ha ridotto la propria partecipazione dal 64,23% all'11,73%, poi ridottosi all'attuale 4,863%, che ha «un controvalore teorico di circa 1,6 miliardi di euro».

Ora l'impegno dell'azionista Tesoro è quello di uscire dal capitale di Rocca Salimbeni. La modalità sarà quasi sicuramente quella dell'Abb (Accelerated Book Building, procedura accelerata di raccolta ordini), considerata «una delle migliori soluzioni». Sulla tempistica si considererà l'andamento del prezzo del titolo, ma le valutazioni sui tempi della cessione dovranno tenere in considerazione anche il «processo di consolidamento in corso». Sull'Opas di Intesa Sanpaolo - che ha tempo fino al 28 giugno per il deposito del documento di offerta alla Consob e le richieste di autorizzazione alle diverse autorità di vigilanza - c'è anche la notifica all'ufficio Golden power di Palazzo Chigi. Uno strumento che lo stesso ministro considera «molto delicato» e che il governo non usa «a casaccio» anche perché non è nemmeno «un problema tra banca straniera e italiana», come invece venne considerato quando fu applicato per bloccare la scalata di Unicredit a Banco Bpm. Giorgetti puntualizza, però, che vale anche tra banche italiane «qualora venga messa in discussione la sicurezza nazionale». Quindi dovrà «valutare e in astratto può anche capitare di dover valutare se in quelle condizioni ci sono delle prescrizioni da fare», dice il ministro. Giorgetti chiarisce anche le sue opinioni sul rinnovo dei vertici di Consob (in standby ormai da marzo), per il quale è stato a lungo in corsa il leghista Federico Freni. Conferma che la mancata nomina del presidente è «un'anomalia», ma il potere di proposta non spetta al ministro dell'Economia, «altrimenti procederei per forzare la mano». Quindi auspica che si arrivi alla nomina «nel più breve tempo possibile». Mentre sul destino di Banco Bpm, con la francese Credit Agricole autorizzata a salire fino al 29,9%, il ministro risponde solo con una battuta: «è come ai mondiali, se c'è Italia-Germania

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

io tifo Italia, se c'è Italia-Francia io tifo Italia. Dopodiché le regole sono regole». Proprio la francese Crédit Agricole starebbe valutando la possibilità di aumentare la propria partecipazione in Piazza Meda, una mossa che potrebbe servire al Banco per mettersi al riparo da operazioni che possano vederla come preda. Secondo quanto riporta Bloomberg, il management dell'istituto con sede a Parigi ha recentemente discusso le possibili risposte alla proposta di fusione avanzata da Banco Bpm nei confronti di Mps. Tra le opzioni prese in considerazione vi sarebbe, appunto, l'incremento della quota detenuta, pari al 22,9% alla fine del primo trimestre. Anche se Crédit, che ha già ottenuto l'autorizzazione della Bce a salire fino a una quota prossima al 30%, ha più volte precisato di non puntare al controllo dell'istituto italiano. L'Italia rappresenta il principale mercato estero dell'istituto francese ed è una delle priorità strategiche dell'ad Olivier Gavalda, alla guida del gruppo da poco più di un anno. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino

Controllate e partecipate

Giorgetti: «Neutrali su Mps»

L'audizione in Senato, sullo sfondo l'ipotesi del golden power. Il Pd: chiarisca Il titolare del Mef conferma la preferenza nazionale: «Crédit Agricole? Tifo Italia»


Giorgetti: «Neutrali su Mps»
Il ministro in Commissione Banche
«Usciremo massimizzando l'incasso»
MONTE DEI PASCHI DI SIENA
INTESA SANPAOLO
BANCO BPM
GLI AZIONISTI
Unipol

di Claudia Marin ROMA Il Tesoro uscirà da Monte dei Paschi di Siena, ma non al prezzo di svendere l'ultimo pezzo di una partita costata allo Stato anni di salvataggi e polemiche. Giancarlo Giorgetti lo spiega davanti alla Commissione d'inchiesta sulle banche con la prudenza di chi sa che, nel nuovo risiko del credito, ogni parola pesa sui mercati. L'impegno è confermato: il Mef non resterà nel capitale di Rocca Salimbeni. Ma il passaggio finale avverrà solo nella «finestra di mercato più opportuna», con l'obiettivo di «massimizzare l'incasso». Dopo avere ridotto la partecipazione dal 64,23% dell'autunno 2023 all'attuale 4,863%, quota valutata circa 1,6 miliardi di euro, via XX Settembre vuole chiudere senza regalare valore.

La modalità più probabile resta l'accelerated book building.

Ma prima del metodo viene il tempo. E il tempo, oggi, è condizionato dal consolidamento bancario, dalle mosse di Intesa Sanpaolo e Banco Bpm, dall'accordo sugli sportelli con Unipol. La metamorfosi di Mps è il dato politico e finanziario più rilevante. «Era una Cenerentola che non voleva nessuno, poi piano piano è cominciata a diventare interessante», ricorda Giorgetti. In quella frase c'è la parabola di una banca passata dall'essere problema pubblico a diventare preda contendibile. Proprio questo rovesciamento impone cautela: lo Stato non deve fare il banchiere, ma nemmeno uscire mentre prezzo e assetti sono ancora in movimento. Il ministro rivendica una posizione di «neutralità» sulle operazioni in corso. Ma neutralità non significa disarmo. Sullo sfondo c'è il golden power, il potere speciale che consente al governo di bloccare o condizionare operazioni riguardanti società strategiche.

Dal 2023 può essere esercitato anche tra imprese italiane nei settori finanziario, creditizio e assicurativo. Non è un'arma riservata alle scalate straniere: può valere anche quando siano in gioco sicurezza economica e stabilità sistemica. Giorgetti lo definisce uno strumento «molto delicato» e respinge l'idea che il governo possa usarlo «a casaccio». La valutazione, spiega, può porsi anche «tra banche italiane qualora venga messa in discussione la sicurezza nazionale». Il Mef sarà neutrale.

Ma il golden power «valuterà» e in astratto potrebbe anche imporre «prescrizioni».

È il passaggio che accende la polemica. Il Pd intravede un'ambiguità. Se il ministro dell'Economia deve essere arbitro e non giocatore, sostiene Cristina Tajani, Giorgetti deve chiarire; altrimenti il governo dovrà venire in Parlamento a spiegare. Il punto è sensibile: il Tesoro è ancora azionista, sia pure residuale; il governo è titolare dei poteri speciali; il riassetto bancario può modificare pesi industriali, alleanze assicurative e rapporti con i grandi gruppi europei. La vicenda senese non è più

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

soltanto il capitolo finale di una privatizzazione. È diventata un test sulla capacità dello Stato di stare nel mercato senza deformarlo e di difendere gli interessi strategici senza trasformare il golden power in un regolatore discrezionale della competizione. La battuta di Giorgetti su Banco Bpm e Crédit Agricole - «se c'è Italia-Germania io tifo Italia, se c'è Italia-Francia io tifo Italia. Dopodiché le regole sono regole» - riassume la postura politica: preferenza nazionale, ma dentro un perimetro di regole. La partita di Mps non è chiusa. Dal suo esito dipendono credito a imprese e famiglie, presidio dei territori, equilibrio tra industria e finanza. Il Tesoro vuole uscire, ma scegliere quando. Il mercato vuole sapere chi comanderà, ma attende le autorità. Il governo proclama neutralità, ma conserva il golden power. Ed è in questo triangolo - prezzo, controllo, interesse nazionale - che si giocherà l'ultima mano di Rocca Salimbeni. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Libero

Controllate e partecipate

IL MINISTRO: NEUTRALE SUL RISIKO

La linea Giorgetti sulle banche «Tifo Italia e più concorrenza»

Il titolare dell'Economia non esclude il golden power sull'Opas di Intesa per tutelare il risparmio. Faro sui francesi in Bpm. Su Mps, «il Tesoro uscirà al momento giusto»

Benedetta Vitetta


L'economia

IL MINISTRO: NEUTRALE SUL RISIKO

La linea Giorgetti sulle banche «Tifo Italia e più concorrenza»

Il titolare dell'Economia non esclude il golden power sull'Opas di Intesa per tutelare il risparmio. Faro sui francesi in Bpm. Su Mps, «il Tesoro uscirà al momento giusto»

INVESTIMENTI DA 10 MILIARDI

Fondi Sauditi verso la Ue

A tempo debito e senza fretta, il Mef deciderà di uscire completamente dal capitale di Mps, dopo il salvataggio del 2016. A ribadirlo è stato ieri direttamente il ministro del Mef, Giancarlo Giorgetti, durante l'audizione davanti alla Commissione parlamentare d'inchiesta sul sistema bancario, sottolineando che la dismissione della quota residua del Tesoro dovrà avvenire «alle migliori condizioni di mercato» per massimizzare il ritorno dell'investimento pubblico. Sull'Opas lanciata da Intesa, in cordata con Unipol, e l'offerta di Banco Bpm su Siena, il governo è «neutrale» ma resta aperta la possibilità di applicare il golden power per eventuali prescrizioni. Si tratta di uno strumento particolarmente delicato, si è difeso il ministro, «che il governo non usa a casaccio: non è nemmeno un problema tra banca straniera e italiana visto che vale anche tra banche italiane qualora venga messa in discussione la sicurezza nazionale».

In questo caso il Mef sarà «neutrale», ma il golden power «valuterà e in astratto può anche capitare di dover valutare se in quelle condizioni ci sono delle prescrizioni da fare» ha precisato Giorgetti ricordando il caso di Unicredit. Il che significa che il ministro continuerà a difendere il risparmio degli italiani. Bussola che ha finora orientato il Mef e continuerà a farlo. La concentrazione, ha precisato il ministro, «dà stabilità al sistema, lo consolida però noi dobbiamo garantire concorrenza sui territori». Giorgetti ha spiegato di non sapere se la competenza sarà dell'Antitrust Ue o italiano ma in ogni caso si tratta di un aspetto importante: «Io mi metto nei panni di chi chiede il mutuo ipotecario o il prestito e non posso non avere alternative sul territorio» quindi, anche in questo caso, «concentrazione e concorrenza». E il pensiero corre subito all'altro attore del risiko, Bpm, storicamente radicato sul territorio, con grande attenzione a Pmi e famiglie. Il ministro non si sbilancia, ma fa capire come la pensa: «Faccio una battuta, prendetela per quella che è. È come ai mondiali: qualora partecipasse, se c'è Italia-Germania io tifo Italia. Se c'è Italia-Francia io tifo per l'Italia, chiaro? Dopodichè le regole sono regole» ha detto, in merito alla posizione del governo rispetto all'interesse di Credit Agricole nei confronti di Banco Bpm, banca in cui è salita al 29,9%. Se non di più.

Tornando a Mps, ad oggi il Mef detiene il 4,863% di Siena, una partecipazione che, ai valori di mercato attuali, ha argomentato Giorgetti, vale circa 1,6 miliardi, e «l'impegno del Mef è uscire dalla banca, ma la tempistica dovrà essere valutata in base alla finestra di mercato più opportuna e all'andamento del titolo». Il numero uno di XX settembre ha poi ricordato come la quota pubblica sia stata progressivamente ridotta dal 64,23 all'11,73% e diluita fino all'attuale livello. Le cessioni effettuate finora hanno

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

generato introiti per circa 2,6 miliardi, a fronte di un investimento di circa 1,6 miliardi nel 2022. Sommando il valore della partecipazione residua, il Tesoro avrebbe recuperato complessivamente oltre 4 miliardi.

E qui Giorgetti torna indietro al 2016, l'epoca del salvataggio del Monte. «Fino a pochi anni fa, Siena era considerata una Cenerentola, nessuno la voleva. Oggi le azioni valgono 10 euro».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Libero

Controllate e partecipate

NUOVI SCENARI

Unicredit e Intesa in coabitazione nel Leone triestino


Leconomia

NUOVI SCENARI

Unicredit e Intesa in coabitazione nel Leone triestino

Da sempre il Leone di Trieste è il tesoretto più ambito e succoso del risiko bancario. E ora a tentare la scalata sono Unicredit e Intesa Sanpaolo. Se ora Ca' de Sass con l'Opas lanciata su Siena ha la possibilità di mettere mano, attraverso Mediobanca, al 13% del capitale delle Generali, dall'isituto di credito di Piazza Gae Aulenti, impegnata nell'offerta su Commerz, resta con il 9,2% della compagnia assicurativa. Ma ora all'ad Orcel non mancano le opzioni. A partire dalla possibilità di restare sotto il 10%, oppure come ricostruito dal Sole 24Ore consolidarsi. Sì ma in che modo?

Pare che nei giorni successivi all'offerta di Intesa Sanpaolo su Rocca Salimbeni, Unicredit avrebbe presentato informalmente a Delfin una proposta che potrebbe impattare sugli equilibri del Leone. La strada prospettata sarebbe quella di uno scambio tra il pacchetto del 10% di Trieste, di proprietà della holding degli eredi Del Vecchio, ed azioni Unicredit pari al 5 per cento. Un'ipotesi che, se realizzata, proietterebbe la holding Delfin, con l'8% circa, tra i primi soci di Unicredit che, allo stesso tempo, si troverebbe a un soffio dal 20% nella compagnia triestina.

Quello che, però, potrebbe far saltare l'opperazione è che Delfin anzichè azioni vorrebbe liquidità. E a questo punto se i due protagonisti volessero trovare un'intesa dovrebbero di certo sedersi al tavolo per trovare una convergenza. Un'altra via, potrebbe essere quella di una partecipazione più o meno allo stesso livello tra i due istituti all'insegna della stabilità del Leone. Quella stessa stabilizzazione del sistema italiano, evocata più volte da Carlo Messina in relazione all'operazione su Siena che Intesa condividerebbe con Unipol. In questo ambito Intesa Sanapolo consoliderebbe il suo primato in Italia e Bologna - rilevando metà della rete del Monte- farebbe invece di Bper il II polo bancario nazionale. Una partita incrociata anche con le avance di Piazza Meda a Mps. Ricordiamo che Banco Bpm che ha come primo azionista Credit Agricole, il cui presidente in Italia, Giampiero Maioli, a Roma per l'Ivass, è stato notato in conversazione con Carlo Cimbri, presidente Unipol.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

MF

Controllate e partecipate

Dal prossimo gennnaio le nuove regole di Solvency II libereranno ingenti capitali

Assicurazioni con 5 mld in più

Ma la maxi-liquidità in arrivo potrebbe azzerarsi se i Btp nonverranno più considerati un asset privo di rischio

ANNA MESSIA


DAL PROSSIMO GENNNAIO LE NUOVE REGOLE DI SOLVENCY II LIBERERANNO INGENTI CAPITALI

Assicurazioni con 5 mld in più

Ma la maxi-liquidità in arrivo potrebbe azzerarsi se i Btp nonverranno più considerati un asset privo di rischio

Kruso passa al listino principale: il nuovo azionariato

La prima AI con 40 anni di esperienza.

Dalle nuove regole che entreranno in vigore a gennaio prossimo le compagnie italiane potranno beneficiare di 5 miliardi di capitale a disposizione, corrispondenti a un aumento di 10 punti percentuali dell'indice Solvency II. I calcoli li ha aggiornati Ivass sui bilanci 2025, e li ha presentati ieri Paolo Angelini, presidente dell'istituto di vigilanza delle assicurazioni e direttore generale della Banca d'Italia, nella sua prima relazione annuale. L'intenzione del legislatore europeo, con queste nuove norme, è di incentivare le compagnie a fare investimenti di lungo periodo, sostenendo le infrastrutture dell'Unione. E per quanto riguarda le italiane, ci sarebbe anche bisogno di un aumento degli investimenti nel private credit e nel venture capital, che oggi rappresentano un componente irrisoria dei 1.100 miliardi di asset complessivi.

Nelle nuove norme di Solvency II, in verità, non c'è nessun vincolo in merito agli investimenti da fare. Le compagnie, sulla carta, potrebbero quindi decidere di distribuire il capitale in eccesso agli azionisti sotto forma di dividendi. La Commissione europea ha però chiesto a Eiopa, e a cascata a Ivass, di monitorare l'effettiva destinazione del capitale liberato, come ricordato ieri da Angelini.

C'è poi un'altra questione che impatta sul tema. Ieri, durante la relazione, non è emersa ma ad anticiparla è stata nei giorni scorsi MF-Milano Finanza: si tratta dell'ipotesi di introdurre una ponderazione per i titoli di Stato, a partire dai Btp, considerati oggi a rischio zero. A questo scopo, nelle scorse settimane, Ivass ha avviato uno stress test tra le grandi compagnie che utilizzano il modello interno di solvibilità (da Generali a Unipol, oltre a Poste Vita e Intesa Vita) e i risultati sono attesi a fine mese. Per alcune imprese la penalizzazione in termini di assorbimento di capitale sui Btp potrebbe essere addirittura superiore ai benefici della nuova Solvency II. Si vedrà, il confronto resta caldo e coinvolge inevitabilmente anche il ministero dell'Economia.

Di certo, per il settore assicurativo italiano quello attuale è un momento molto positivo. L'indice di solvibilità medio è salito al 273% (2,7 volte il minimo) rispetto al 259% del 2024. Nel 2025 anche la raccolta Vita è salita del 7,3%, con un risultato d'esercizio di 6,7 miliardi e un ritorno sul capitale (roe) del 14,6%. Bene è andato anche il ramo Danni il cui risultato di esercizio è salito a 4,9 miliardi (4,5 miliardi del 2024) con un roe del 13,3%, trainato da coperture diverse rispetto all'Rc Auto. A crescere sono anche le polizze contro le catastrofi naturali, divenute pienamente obbligatorie per le imprese dallo scorso aprile: da 290 mila polizze di luglio 2025 si è passati a 700 mila nel primo trimestre 2026, con un premio medio per impresa di 203 euro. Intanto Ivass, in coordinamento con Banca d'Italia,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

ha anche alzato l'attenzione sui rischi cyber e sui nuovi modelli di AI, come Mythos, capaci di trovare falle nei sistemi informatici di banche e assicurazioni.

(riproduzione riservata).

Il Messaggero

Controllate e partecipate

Ivass apre il cantiere sulle assicurazioni Indagine su Rc auto e stretta rischi IA


Economia

«Giorgetti sia arbitro, non giocatore»

Ivass apre il cantiere sulle assicurazioni
Indagine su Rc auto e stretta rischi IA

LA RELAZIONE ROMA Tariffe Rc Auto in aumento, la stretta sui rischi informatici legati all'IA e la scommessa sulle polizze catastrofali, obbligatorie per le imprese ma ancora da affinare.

Sono i nodi principali emersi dalla Relazione annuale dell'Ivass, presentata dal neo presidente Paolo Angelini. In platea il Governatore di Bankitalia Fabio Panetta, i vice Gian Luca Trequattrini e Chiara Scotti; il dg Mef Riccardo Barbieri Ermitte, Carlo Cimbri (Unipol), Giulio Terziariol (Generali), Sergio Balbinot (Allianz), Giampiero Maioli (Cai).

In un mercato che gode di ottima salute con un utile di esercizio salito a 6,7 miliardi di euro e un Roe al 14,6% l'attenzione si concentra sulla protezione dei consumatori e sulle sfide macroeconomiche, a partire dall'avvio imminente di un'indagine conoscitiva congiunta Ivass-Antitrust sul comparto Rc Auto. L'obiettivo è modernizzare un settore che mostra segnali di obsolescenza, focalizzandosi sui meccanismi di risarcimento diretto e sul sistema del bonus-malus. Nel quarto trimestre del 2025, il prezzo medio della polizza ha raggiunto i 432 euro, segnando una crescita del 3,5% su base annua, anche se il divario rispetto alla media di Germania, Francia, Spagna e Regno Unito si è drasticamente ridotto, scendendo a 41 euro dai 165 di inizio periodo.

Sul fronte tecnologico, Angelini ha lanciato un chiaro avvertimento sui «forti rischi operativi» legati all'adozione dell'IA nelle compagnie, spesso prive di risorse specializzate nei controlli Ict. L'obbligo di installare patch correttive a ritmo serrato per sanare le vulnerabilità dei modelli di IA rischia infatti di destabilizzare i sistemi informatici, senza contare le incertezze legali sulle decisioni prese dagli "agenti IA" che espongono le imprese a rilevanti rischi patrimoniali.

Contestualmente, l'Ivass monitora la diffusione delle polizze contro le calamità naturali, cresciute a quota 700mila a fine aprile (erano 290mila a luglio dello scorso anno), con un premio mediano per impresa di 203 euro. La vera svolta di sistema arriverà comunque nel 2027 con la riforma Solvency 2, che libererà circa 5 miliardi di risorse e aumenterà di 10 punti percentuali l'indice di solvibilità. Infine, c'è il debutto del nuovo Arbitro assicurativo che ha registrato oltre 1.700 ricorsi in pochi mesi. r. dim. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Controllate e partecipate

Il contributo delle imprese nella gestione dell'emergenza


Imprese & Territori

Assobiotec lancia il progetto Orizzonte 2036 per fare crescere le biotecnologie

Il contributo delle imprese nella gestione dell'emergenza

La siciliana BasEnergy accelera i piani di sviluppo: possibili acquisizioni

Bioplastiche, per la filiera nel 2025 ricavi in calo del 6,8%

Nato dall'esperienza della Piccola industria delle Marche e messo a fattore comune dell'intero sistema Confindustria nel 2016, il "Programma Gestione Emergenze - Pge" è la rete nata per rafforzare il contributo delle imprese nella prevenzione e gestione delle emergenze e della business continuity. Sin dalla sua nascita può contare, per la sua operatività, sulla collaborazione - sancita da un protocollo di intesa tra Confindustria e Dipartimento nazionale della Protezione Civile, rinnovato nel febbraio 2026.

L'accordo, della durata di quattro anni, prevede un ampio programma di attività finalizzate a rafforzare la capacità di affrontare e gestire gli eventi estremi.

Per dare concreta attuazione al Protocollo d'intesa, Piccola Industria Confindustria e il Dpc hanno avviato un roadshow nazionale dedicato al Pge per consolidare la rete e renderne sempre più efficace l'azione sui territori. La prima tappa, realizzata con il supporto di Unipol e Sistemi Formativi Confindustria, si è svolta ieri a Napoli, presso Palazzo Partanna, e si è divisa in due momenti. Una sessione formativa, organizzata in collaborazione con la Piccola industria di Confindustria Campania, rivolta ai referenti provinciali del Sud Italia e al confronto tra sistema associativo, imprese e Protezione civile, con l'obiettivo di rafforzare le relazioni operative e costruire risposte sempre più tempestive in caso di eventi estremi. A seguire, un incontro di approfondimento rivolto a tutte le imprese sul tema della continuità aziendale della valutazione e gestione dei rischi e alle forme di protezione, a partire dalle polizze di copertura dai danni da eventi catastrofali. Confindustria ha ormai da tempo avviato una collaborazione con Unipol Assicurazioni, Poste Assicura e Intesa Sanpaolo Protezione, per lo sviluppo di una soluzione assicurativa dedicata alle imprese associate, con l'obiettivo di offrire una copertura contro i rischi catastrofali - come previsto dalla Legge di Bilancio 2024. «Il Pge è nato nei territori e proprio nei territori trova la sua forza - ha detto Fausto Bianchi, presidente di Piccola industria Confindustria -. Vogliamo consolidare una rete capace di sostenere imprese e comunità nei momenti di emergenza, ma anche di lavorare sulla prevenzione e sulla business continuity. Le piccole e medie imprese sono un punto di riferimento per i territori, attori economici e sociali fondamentali: renderle più resilienti significa rafforzare l'intero Paese». Il percorso proseguirà con altri tre incontri macroregionali che coinvolgono la rete del Pge e i referenti territoriali della Protezione civile: dopo Napoli per Sud e isole, sarà la volta delle Marche per il Centro, Valle d'Aosta per il Nord-Ovest e in Veneto per il Nord-Est. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Onda Tv

Coop e Cooperazione

Supermercati sotto la lente: promossi pulizia e cortesia, ma anziani e disabili incontrano ancora troppi ostacoli

Marinella Bezzu


Onda Tv

Supermercati sotto la lente: promossi pulizia e cortesia, ma anziani e disabili incontrano ancora troppi ostacoli

06/18/2026 15:02 Marinella Bezzu

Fare la spesa è un gesto quotidiano che tutti compiono quasi automaticamente. Eppure, per molte persone anziane o con difficoltà motorie, attraversare le corsie di un supermercato può trasformarsi in un percorso pieno di ostacoli. È quanto emerge da un'indagine realizzata da ARCO CONSUMATORI nei primi mesi del 2026 in sei supermercati dell'area pescarese e dei territori limitrofi. L'associazione ha esaminato diversi aspetti della qualità dei servizi offerti dalla grande e media distribuzione organizzata, prendendo in considerazione punti vendita appartenenti alle principali catene presenti sul territorio. L'obiettivo era verificare non solo la sicurezza e la qualità dell'esperienza di acquisto, ma soprattutto il livello di accessibilità garantito ai consumatori più fragili. L'indagine ha preso in esame decine di parametri, dalla pulizia degli ambienti alla sicurezza degli scaffali, dalla chiarezza delle informazioni commerciali fino alla presenza di servizi adeguati per chi ha difficoltà di movimento. Il quadro che emerge presenta aspetti positivi ma anche criticità che meritano attenzione. Sul fronte dell'accoglienza, i clienti possono contare generalmente su personale disponibile e cortese. Anche la pulizia degli scaffali, dei banchi alimentari e degli spazi comuni raggiunge livelli soddisfacenti nella maggior parte dei punti vendita osservati. Le difficoltà iniziano però quando si analizzano i servizi destinati alle persone anziane e ai consumatori con disabilità. In nessuno dei supermercati monitorati sono stati individuati carrelli specificamente progettati per chi utilizza un deambulatore o necessita di un supporto durante la spesa. Un'assenza che, secondo l'associazione, rappresenta una lacuna importante in un contesto sociale caratterizzato da un progressivo invecchiamento della popolazione. Particolare attenzione è stata riservata anche ai servizi igienici. In alcune grandi strutture, come quelle appartenenti ai marchi COOP e CONAD esaminati nell'indagine, i bagni accessibili non risultano collocati all'interno dell'area vendita, ma all'esterno. Una scelta che può creare disagi e complicazioni soprattutto alle persone con mobilità ridotta. Non meno rilevante il capitolo dedicato alla sicurezza. Durante i sopralluoghi sono stati osservati casi di prodotti pesanti o contenitori in vetro sistemati sugli scaffali più alti oppure accatastati a terra in modo potenzialmente instabile. Situazioni che potrebbero aumentare il rischio di incidenti, specialmente per gli anziani, per i bambini o per chi incontra difficoltà nei movimenti. L'indagine ha inoltre evidenziato problemi nella comunicazione delle informazioni ai consumatori. In molti casi i prezzi unitari risultano stampati con caratteri troppo piccoli, rendendo difficile il confronto tra prodotti e limitando la possibilità di effettuare scelte consapevoli. Criticità sono state riscontrate anche nella tracciabilità di alcuni alimenti e nell'esposizione delle informazioni relative ai mitili freschi. Un altro aspetto riguarda il cosiddetto libro degli ingredienti, strumento importante per chi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

soffre di allergie o intolleranze alimentari. Soltanto in alcuni punti vendita il documento risulta facilmente consultabile dal pubblico, mentre altrove l'accesso alle informazioni appare più complicato o insufficiente. Alla luce dei risultati raccolti, ARCO CONSUMATORI invita le aziende della distribuzione a intervenire rapidamente per eliminare le barriere ancora presenti. Tra le richieste avanzate figurano l'introduzione di carrelli dedicati agli anziani, l'adeguamento dei servizi igienici, una segnaletica di emergenza più visibile e l'utilizzo di caratteri più grandi per l'indicazione dei prezzi. L'associazione propone inoltre una maggiore attenzione all'inclusione attraverso la figura del disability manager aziendale, prevista dalla normativa e ritenuta fondamentale per favorire un'accoglienza realmente accessibile a tutti. La sfida non riguarda soltanto il comfort durante la spesa. In gioco c'è il diritto di ogni cittadino a muoversi in autonomia, sicurezza e dignità all'interno di spazi frequentati ogni giorno da migliaia di persone. Un obiettivo che, secondo ARCO CONSUMATORI, dovrebbe diventare una priorità per tutto il settore della distribuzione moderna. Cosa ne pensi di questo? Lascia un commento Devi essere connesso per inviare un commento.

Mixer Planet

Coop e Cooperazione

Packaging ortofrutticolo, la filiera si prepara al PPWR con Bestack


Mixer Planet

Packaging ortofrutticolo, la filiera si prepara al PPWR con Bestack

06/18/2026 10:51

Mancano meno di due mesi dall'applicazione ufficiale delle prime disposizioni del PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation), il nuovo regolamento europeo destinato a cambiare il modo in cui gli imballaggi vengono progettati, utilizzati e gestiti lungo tutta la filiera agroalimentare. Dal 12 agosto 2026 entreranno infatti in vigore alcune delle principali misure previste dalla normativa, introducendo requisiti più stringenti in materia di sicurezza, riciclabilità, tracciabilità e responsabilità degli operatori. Il primo Morning Food Safety Pack Per aiutare il comparto a comprendere gli impatti concreti del nuovo quadro normativo, Bestack – il Consorzio nazionale dei produttori di imballaggi in cartone ondulato per ortofrutta ha organizzato il 16 giugno a Lucca - presso Lucense - Centro Qualità Carta di Lucca, laboratorio di riferimento nazionale per la ricerca e le analisi sugli imballaggi a base cellulosica - il primo Morning Food Safety Pack, incontro di aggiornamento tecnico dedicato alle direzioni qualità, acquisti, materiali e packaging del settore ortofrutticolo e della grande distribuzione organizzata. All'evento hanno partecipato oltre 30 delegati in rappresentanza di 18 principali aziende della filiera ortofrutticola italiana: Agrintesa, Apofruit Italia, Battaglio, Bonomo, Finagricola, Ioppi, I Frutti di Gil, Consorzio Melinda, Naturitalia, OP Primo Sole, Orogel Fresco, OP Rosaria, Peviani Group, Gruppo Rivoira, Salvi, Spreafico, Granfrutta Zani e CICO Mazzoni. Presente come rappresentanza istituzionale anche Fruitimprese, mentre a rappresentare il mondo distributivo è stata un'insegna leader della Gdo nazionale, Coop Italia. Tuttoambiente.it ha fatto da supporto normativo. La giornata si è articolata in quattro moduli tecnici. Il primo è stato dedicato all'inquadramento normativo e alle prove legate alle prestazioni degli imballaggi, mentre il secondo ha approfondito il tema della conformità degli imballaggi destinati al contatto con gli alimenti. Il terzo modulo è stato dedicato alle certificazioni Bestack, che attestano le prestazioni e l'alimentarietà delle vaschette

Mancano meno di due mesi dall'applicazione ufficiale delle prime disposizioni del PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation), il nuovo regolamento europeo destinato a cambiare il modo in cui gli imballaggi vengono progettati, utilizzati e gestiti lungo tutta la filiera agroalimentare. Dal 12 agosto 2026 entreranno infatti in vigore alcune delle principali misure previste dalla normativa, introducendo requisiti più stringenti in materia di sicurezza, riciclabilità, tracciabilità e responsabilità degli operatori. Il primo Morning Food Safety Pack Per aiutare il comparto a comprendere gli impatti concreti del nuovo quadro normativo, Bestack il Consorzio nazionale dei produttori di imballaggi in cartone ondulato per ortofrutta ha organizzato il 16 giugno a Lucca - presso Lucense - Centro Qualità Carta di Lucca, laboratorio di riferimento nazionale per la ricerca e le analisi sugli imballaggi a base cellulosica - il primo Morning Food Safety Pack, incontro di aggiornamento tecnico dedicato alle direzioni qualità, acquisti, materiali e packaging del settore ortofrutticolo e della grande distribuzione organizzata. All'evento hanno partecipato oltre 30 delegati in rappresentanza di 18 principali aziende della filiera ortofrutticola italiana: Agrintesa, Apofruit Italia, Battaglio, Bonomo, Finagricola, Ioppì, I Frutti di Gil, Consorzio Melinda, Naturitalia, OP Primo Sole, Orogel Fresco, OP Rosaria, Peviani Group, Gruppo Rivoira, Salvi, Spreafico, Granfrutta Zani e CICO Mazzoni. Presente come rappresentanza istituzionale anche Fruitimprese, mentre a rappresentare il mondo distributivo è stata un'insegna leader della Gdo nazionale, Coop Italia. Tuttoambiente.it ha fatto da supporto normativo. La giornata si è articolata in quattro moduli tecnici. Il primo è stato dedicato all'inquadramento normativo e alle prove legate alle prestazioni degli imballaggi, mentre il secondo ha approfondito il tema della conformità degli imballaggi destinati al contatto con gli alimenti. Il terzo modulo è stato dedicato alle certificazioni Bestack, che attestano le prestazioni e l'alimentarietà delle vaschette in cartone ondulato per ortofrutta. La sessione conclusiva ha infine affrontato le principali novità introdotte dal PPWR e gli impatti delle nuove disposizioni europee sulla filiera ortofrutticola. Cartone ondulato tra sicurezza e innovazione Tra i temi che hanno suscitato maggiore interesse figura l'articolo 5 del PPWR, che dal 12 agosto introdurrà limiti più stringenti per la presenza di sostanze pericolose negli imballaggi destinati al contatto con gli alimenti. Particolare attenzione è stata dedicata ai PFAS e, più in generale, alla conformità dell'intero sistema packaging, compresi componenti quali inchiostri, adesivi e trattamenti superficiali, che richiedono verifiche e documentazione adeguate per attestare il rispetto dei requisiti normativi. Nel comparto ortofrutticolo le certificazioni Bestack e Vaschette Bestack sono strumenti gratuiti messi a disposizione della filiera da parte del settore della produzione di cartone ondulato: rappresentano una soluzione consolidata in

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

termini di protezione del prodotto, garanzia di massima alimentarietà, riciclabilità, rispetto degli obblighi normativi e capacità di contribuire al prolungamento della shelf life dell'ortofrutta, oltre a essere un supporto continuo alle imprese sulle future novità in materia. Un vantaggio rafforzato dalla leadership italiana nel riciclo di carta e cartone, che consente alla filiera di presentarsi preparata a molte delle nuove disposizioni introdotte dal PPWR. Tra le novità più rilevanti del regolamento anche il principio della minimizzazione dell'imballaggio, che punta a ridurre l'impiego di materiale e lo spazio vuoto nelle confezioni (non potrà superare il 50%). Per il cartone ondulato questo si traduce in una spinta verso il lightweighting e l'ottimizzazione dei volumi, aprendo nuove opportunità di innovazione per la filiera. La nuova responsabilità della filiera Tra i temi centrali del seminario è emersa la crescente importanza della documentazione tecnica a supporto della conformità degli imballaggi. Il PPWR rafforza infatti l'attenzione su tracciabilità, verifiche e responsabilità degli operatori della filiera. Un tema già molto attuale in alcuni mercati europei, a partire dalla Germania. Qui diverse insegne della Gdo, tra cui Lidl, Rewe, Aldi Nord, Wasgau e Norma, hanno infatti richiamato i propri fornitori di private label alle responsabilità previste dal nuovo regolamento, sottolineando come la conformità degli imballaggi coinvolga direttamente sia gli utilizzatori sia i produttori di packaging. Il primo seminario organizzato da Bestack ha messo quindi in luce l'importanza della formazione e del confronto con i responsabili acquisti nell'ambito del packaging per ortofrutta, sottolineando come la conoscenza tecnica sia fondamentale per orientarsi in un sistema normativo sempre più complesso e stringente. «Rispettare la normativa e disporre delle evidenze necessarie per dimostrarlo non rappresenta soltanto un obbligo, ma può diventare un vero vantaggio competitivo rispetto a chi non è preparato ad affrontare le nuove regole», sottolinea Dall'Agata. Da qui la volontà di trasformare l'incontro di Lucca in un momento operativo, non solo informativo, mettendo attorno allo stesso tavolo produzione, distribuzione e competenze tecnico-scientifiche. «Il nostro compito è dare al mercato strumenti chiari, verificabili e utilizzabili. Così come un veicolo deve avere patente e libretto, anche un imballaggio alimentare deve poter contare sulla documentazione che ne attesti prestazioni, sicurezza e conformità normativa. Sono elementi che non possono essere affidati alla percezione o alla consuetudine, ma devono poggiare su dati, controlli seri e responsabilità condivise», conclude il direttore di Bestack.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Forme Online

Coop e Cooperazione

Nova Coop assegna premi di risultato per 4 milioni


Forme Online

Nova Coop assegna premi di risultato per 4 milioni

06/18/2026 16:32

L'importo comprende 2,2 milioni di euro di salario collettivo variabile, maturato in relazione ai risultati economici dell'esercizio 2025, e i bonus individuali collegati al raggiungimento di specifici obiettivi professionali. Il riconoscimento ha interessato gli oltre 4.500 lavoratrici e lavoratori di Nova Coop. Per un dipendente di IV livello full time il valore medio di salario collettivo variabile ammonta a 656 euro. L'importo viene riparametrato in base all'inquadramento individuale. Performance di Nova Coop e salario collettivo variabile Il salario collettivo variabile è basato sul pieno raggiungimento degli indicatori previsti dagli accordi aziendali. Un risultato che testimonia la positiva performance della Cooperativa nel corso dell'ultimo esercizio. E si inserisce in un percorso di consolidamento culminato con la chiusura del bilancio a 25,3 milioni di euro di utile . Più che raddoppiato rispetto all'anno precedente. "Condividere una parte del valore prodotto con le nostre lavoratrici e i nostri lavoratori significa riconoscere concretamente il contributo che ciascuno ha offerto al raggiungimento di questo traguardo", commenta il presidente di Nova Coop Ernesto Dalle Rive "I risultati economici non sono mai il frutto di una sola decisione, ma dell'impegno quotidiano, della competenza e della responsabilità diffusa che caratterizzano la nostra organizzazione".

L'importo comprende 2,2 milioni di euro di salario collettivo variabile, maturato in relazione ai risultati economici dell'esercizio 2025, e i bonus individuali collegati al raggiungimento di specifici obiettivi professionali. Il riconoscimento ha interessato gli oltre 4.500 lavoratrici e lavoratori di Nova Coop. Per un dipendente di IV livello full time il valore medio di salario collettivo variabile ammonta a 656 euro. L'importo viene riparametrato in base all'inquadramento individuale. Performance di Nova Coop e salario collettivo variabile Il salario collettivo variabile è basato sul pieno raggiungimento degli indicatori previsti dagli accordi aziendali. Un risultato che testimonia la positiva performance della Cooperativa nel corso dell'ultimo esercizio. E si inserisce in un percorso di consolidamento culminato con la chiusura del bilancio a 25,3 milioni di euro di utile . Più che raddoppiato rispetto all'anno precedente. Condividere una parte del valore prodotto con le nostre lavoratrici e i nostri lavoratori significa riconoscere concretamente il contributo che ciascuno ha offerto al raggiungimento di questo traguardo, commenta il presidente di Nova Coop Ernesto Dalle Rive I risultati economici non sono mai il frutto di una sola decisione, ma dell'impegno quotidiano, della competenza e della responsabilità diffusa che caratterizzano la nostra organizzazione.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Nazione (ed. Firenze)

Coop e Cooperazione

L'accordo

Unicoop e Accademia della Fiorentina Alleanza per valorizzare la bistecca La 'regina' candidata all'Unesco

Un accordo fra Unicoop Firenze e Accademia della Fiorentina per valorizzare di patrimonio immateriale rappresentato dalla bistecca e per impegnarsi a candidarla come Specialità Tradizionale Garantita (Stg). Il protocollo d'intesa è stato presentato ieri al Coop.fi di Gavinana, alla presenza di Marcello Giachi, presidente del Consiglio di gestione di Unicoop Firenze, e Giovanni Brajon, presidente dell'Accademia della Fiorentina. In base al documento sottoscritto, per due anni, Unicoop Firenze e l'Accademia della Fiorentina lavoreranno non solo per promuovere la candidatura Unesco, ma anche per raccontare, tutelare e diffondere il valore del saper fare artigianale che anima questa eccellenza gastronomica. L'iniziativa punta a rafforzare le attività di tutela, promozione e divulgazione della tradizione dei beccai e della bistecca alla fiorentina, valorizzando la qualità degli allevamenti locali, la competenza dei macellai e l'arte della cottura alla brace.


Tutto Firenze

Salvata l'acacia secolare di Palazzo Pepi La petizione contro l'abbattimento ha vinto

Unicoop e Accademia della Fiorentina Alleanza per valorizzare la bistecca La 'regina' candidata all'Unesco

Fondazione Sistema Toscana Addio all'ex direttore Paolo Chiappini Gianni: «Se ne va un amico vero»

La Repubblica (ed. Firenze)

Coop e Cooperazione

l'iniziativa unicoop

L'arte dei beccai fiorentini diventa patrimonio Unesco



Bistecca alla Fiorentina, si fa presto a dirlo, ma l'eccellenza nasconde un'arte, da riconoscere, prima di prenderla a morsi. Regole precise e segreti dei beccai, i macellai fiorentini. Accademia della Fiorentina e Unicoop Firenze hanno siglato ieri un accordo di due anni, al Coop.fi di Gavinana. Per promuovere la candidatura alla lista dei patrimoni immateriali dell'Unesco e il riconoscimento europeo di STG, specialità tradizionale garantita. La domanda è datata 2023, in attesa di invio ufficiale a Bruxelles.

Già tra i prodotti agroalimentari tradizionali italiani. «Sotto le quattro dita l'è carpaccio», è il detto popolare. Disciplinare alla mano: carne di vitellone o scottona, di altezza minima 4 centimetri, peso non inferiore al chilogrammo e frollatura di almeno 20 giorni. Razze bovine ammesse: Chianina, l'autoctona, Marchigiana e Romagnola le affini, Maremmana, Limousine e Charolais, da oltre 40 anni toscane acquisite. L'osso, se con filetto, deve essere imponente, mentre la marezzatura, il grasso, marmorea e leggera come una ragnatela. Cottura alla griglia, su carbone vegetale, bruna all'esterno e rossa all'interno. «Ben cotta», si può chiedere, ma è un azzardo. «È un caposaldo culturale - ricorda Marcello Giachi, Unicoop Firenze - sapere e sapore, nell'arte di mangiar bene». E come l'Artusi, si punta alla divulgazione e formazione degli addetti, e a un'attestazione, a tutela dei consumatori. «Più attenti alla qualità, sostenibilità ambientale, benessere animale, trasparenza e valorizzazione del lavoro», sottolinea Giovanni Brajon, Accademia della Fiorentina. - a.l. L'evento organizzato da Unicoop Firenze.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Venerdì di Repubblica

Concorrenza GDO

Supermercato libero

Scaffali ipertrofici, cibo transgenico, animali metropolitani. La fotografa veneziana Lucia Buricelli racconta la pancia dell'America attraverso le sue merci: «Mi piace spiazzare con i miei scatti, creare uno shock, perché siamo così immersi negli eccessi del consumismo che neanche li vediamo più»

IRENE ALISON





Si possono fare strani incontri per le strade di New York. Metti per esempio un procione, che beve una Coca-Cola una mattina al Central Park.

Oppure un ratto, che si serve al buffet di un cassonetto. O un passerotto, che mangia una pizza comodamente appollaiato su una panchina. È una città selvaggia, satura, traboccante di cibo, colori e spazzatura quella che Lucia Buricelli racconta nelle sue immagini, collezionate negli anni di formazione e ricerca che la fotografa veneziana ha trascorso per le strade newyorkesi.

Raccolti nel libro Don't Feed The Animals (Eyeshot) i suoi scatti saranno esposti dal prossimo 24 giugno al Rifugio Digitale di Firenze, nella collettiva Soul Food. Cibo per l'anima: uno sguardo, attraverso il lavoro di sette fotografi (Claire Rosen, Lisa Sorgini, Gregg Segal, Anh Nguyen, Klaus Pichler e Fred Mungo, oltre a Buricelli) sul cibo come linguaggio, rituale, identità e, nel precario equilibrio tra necessità primaria e overconsumption, come campo di battaglia su cui si misura la nostra sostenibilità come specie. Proprio dell'attrazione/repulsione per la nauseante abbondanza della società tardocapitalista, Buricelli ha fatto la propria principale ispirazione: «Quando mi sono trasferita a New York, nel 2017, per me è stato uno shock», racconta.

«Era tutto grande, tutto troppo: la prima volta che sono andata in un supermercato mi sono quasi persa.

Questa esagerazione mi ha colpita molto, fino a diventare oggetto di analisi: così ho iniziato a fotografare diversi aspetti della società americana caratterizzati da questa natura eccessiva, dal cibo ai raduni politici».

Colori forti resi ancora più brillanti dall'uso del flash, dettagli ravvicinatissimi, forme geometriche che sembrano svelare gli ingranaggi del paesaggio urbano: con il loro linguaggio iperrealista, le sue immagini sembrano collocarsi al confine tra realtà e finzione. «Negli Stati Uniti il marketing visivo è molto aggressivo, il cibo sembra urlare "Guardami!" dagli scaffali del supermercato. La mia fotografia ha assorbito molto questa estetica.

Mi spiace spiazzare chi vede i miei scatti, creare uno shock, perché siamo così immersi negli eccessi del consumismo che neanche li vediamo più».

Gradualmente, il suo interesse ha cominciato a prendere la forma di un progetto, nato attraverso le esplorazioni tra discount, centri commerciali e strade invase dai rifiuti. «L'idea iniziale era soffermarmi

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sui consumi quotidiani, sul rito del fare la spesa e le diverse forme che assume a seconda della cultura di appartenenza. Ho cominciato a girare in diversi quartieri dove sono radicate differenti comunità, da Chinatown a Brighton Beach, una zona a prevalenza russa, per osservare i prodotti e le abitudini». Ma è tra gli scaffali del Costco, un ipermercato che vende prodotti all'ingrosso e in formati giganti, che l'obiettivo di Buricelli resta ipnotizzato dall'offerta smisurata, dalla ripetitività seriale delle confezioni in fila, dai pattern formati da colori e loghi sulle muraglie di lattine di cibo ultraprocessato. Il suo sguardo curioso si fa riflessione sulla disuguaglianza nutrizionale, sulle mele comprate a peso d'oro nei mercatini bio di Downtown e sui secchielli di pollo fritto venduti per pochi dollari nei fast food: «In molti luoghi degli Stati Uniti il cibo sano è un lusso, mentre il junk food è alla portata di tutti». Ma qua e là, tra le sue immagini, appare una presenza inattesa a spezzare la reiterazione alienante di scatole di cereali imballate le une sulle altre, carrelli della spesa in fila e piramidi di pomodori transgenici di un rosso sintetico. Una mosca sugli avocado, uno storno di vedetta sulla M di McDonald's, una colonia di formiche che divora un pop corn. «L'attenzione alla presenza degli animali nello spazio urbano è nata nel 2019, proprio a partire dal procione con la Coca-Cola. Ero in giro a Central Park quando ho visto questo procione che interagiva con la gente. Non so cosa gli avessero dato da mangiare, ma lui si lasciava accarezzare da tutti: una scena assurda, perché si trattava di un animale selvatico. L'idea di incontrare per le strade degli animali selvatici che si adattano all'ambiente urbano, e che mangiano i resti di ciò che noi consumiamo, è diventata uno dei fili conduttori della mia ricerca. In città ci sono montagne di spazzatura indifferenziata, dentro c'è di tutto, anche intere confezioni di cibo mai aperte, una calamita per loro. Con una cura diversa dello spazio urbano e un'attenzione maggiore agli sprechi, certe interazioni non si verificherebbero: i gesti degli esseri umani influenzano anche la vita delle altre specie».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera (ed. Milano)

Concorrenza GDO

Bistrot

Brioche e drink al supermercato

f.m.


Dieci ristoranti per fascia di prezzo

Brioche e drink al supermercato

La catena di supermercati Esselunga apre il suo primo bistrot nel punto vendita LaEsse (i negozi più piccoli, di vicinato) di piazza Risorgimento. È al primo piano dello spazio ed è aperto tutto il giorno: a colazione propone la pasticceria firmata Elisenda, marchio Esselunga, con croissant a 1,40 euro, cannoncino alla crema a 90 centesimi, fagottini ai frutti di bosco o a cacao e nocciola... E ancora caffè (1,20 euro), cappuccino, centrifughe, toast. A pranzo tradizione con mondeghili, ossobuco con risotto (20 euro), vitello tonnato, tagliatelle al ragù bianco (10 euro), branzino all'acqua pazza. Infine all'aperitivo cocktail (7/9 euro) e vino al calice possono essere affiancati da tapas all'italiana, taglieri e focaccine farcite. LaEsse Bistrot Zona Indipendenza. Piazza Risorgimento ang. via Poerio. Tel. 02.45.49.43.60. Aperto tutti i giorni.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Fruit

Concorrenza GDO

Lidl racconta l'ortofrutta italiana: torna "Freschezza in tutti i sensi"



Italia Fruit

Lidl racconta l'ortofrutta italiana: torna "Freschezza in tutti i sensi"

06/19/2026 06:17

Il nuovo piano di comunicazione unisce storytelling digitale, tracciabilità e valorizzazione delle produzioni stagionali Lidl continua il percorso iniziato con "Freschezza in tutti i sensi", la video strategy volta a esaltare il binomio inscindibile tra freschezza e qualità dell'assortimento ortofrutta dell'Insegna. Dopo il successo della precedente edizione, che ha ottenuto circa 130 milioni di views sui principali social network, la campagna torna con un nuovo ciclo di 12 contenuti. Attraverso questo tour lungo la Penisola, la Catena narra l'origine, la tracciabilità e l'eccellenza dei prodotti, dando voce direttamente a chi li coltiva con passione e dedizione quotidiana. Ciascun appuntamento è dedicato a una referenza stagionale e si sviluppa attraverso l'intervista a un produttore partner dove viene condiviso l'impegno per un'agricoltura responsabile e il valore strategico della collaborazione con Filiera Agricola Italiana che attraverso il marchio "Firmato Dagli Agricoltori Italiani" contribuisce a sostenere l'agricoltura italiana, promuovendo la creazione di filiere tracciate intese a valorizzare l'origine certa ed italiana delle materie prime, favorendo il confronto tra produttori, trasformatori e distributori per creare sinergie concrete di collaborazione tra tutti gli attori della filiera. "Dietro la freschezza che offriamo ogni giorno, ci sono scelte coraggiose e relazioni di fiducia nate e cresciute nel tempo." dichiara Maria Lovecchio, Chief Merchandising Officer di Lidl Italia ."Ne è un esempio la decisione di collaborare stabilmente con partner aderenti al marchio Firmato Dagli Agricoltori Italiani, un percorso virtuoso che coltiviamo da tempo. Così facendo sosteniamo concretamente una filiera che fa bene al Paese, valorizzandone il cuore pulsante. Il nostro obiettivo è chiaro: garantire sempre ai clienti prodotti sostenibili e autentici. Un impegno tangibile che oggi mettiamo in mostra in questa campagna, nata per omaggiare i volti, la dedizione e l'orgoglio di chi lavora la terra ogni giorno." "Filiera Agricola Italiana è orgogliosa di essere partner di un'Insegna importante come Lidl Italia, sempre molto attenta sia alla qualità dei prodotti che al mondo della produzione. Il progetto sviluppato in partnership è per noi estremamente strategico in quanto sostiene realmente e concretamente l'agricoltura italiana favorendo altresì l'evoluzione degli standard produttivi delle aziende agricole coinvolte, dando altresì evidenza delle peculiarità e della qualità dei prodotti che sono tutti tracciati fino al campo. Il progetto propone prodotti, espressione della vocazione produttiva dei singoli territori, e delle aziende agricole che li hanno coltivati che sono il primo vero anello di tutta la filiera."dichiara Stefano Albertazzi Direttore Generale di Filiera Agricola Italiana spa . Le riprese, effettuate in stile documentaristico direttamente nei luoghi di origine, mettono in luce il legame indissolubile tra Lidl e il tessuto rurale del Paese, celebrando i prodotti simbolo dell'offerta. Nelle

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

video-interviste, i protagonisti descrivono i frutti della terra attraverso i 5 sensi con un approccio accattivante che permette alla community di scoprirne l'autenticità e le caratteristiche esclusive: Pomodoro Datterino a grappolo Melanzana viola foglia scura Zucchine scure di Serra Finocchio palla bianca dello Ionio Melone retato di Sabbia Cipolle degli antichi Ausoni Pesche gialle della Magna Grecia Cavolfiori bianchi palla di neve Carote delle montagne della Marsica Castagne dei Colli Irpini Mini Anguria dei tre Mari Zucche dell'Etruria Il piano di comunicazione si svilupperà capillarmente lungo tutto l'anno e gli episodi saranno distribuiti in modo strategico attraverso i canali digitali ufficiali di Lidl Italia (YouTube, Instagram, Facebook e TikTok), trovando spazio anche sul sito web e all'interno del tradizionale volantino settimanale, integrando così lo storytelling con l'esperienza di spesa quotidiana del cliente. (lg) Fonte: Ufficio Stampa Filiera Agricola Italiana Spa.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera (ed. Torino)

Concorrenza GDO

Una via delle scienze per l'ex Westinghouse

Il Comune conferma l'intesa tra Poli e Esselunga. Salvo il parco. Via Borsellino nuovo asse del campus

P. Coc.


Una via delle scienze per l'ex Westinghouse

Il Comune conferma l'intesa tra Poli e Esselunga. Salvo il parco. Via Borsellino nuovo asse del campus

Per anni è stata una ferita aperta nel cuore di Torino. Un grande vuoto urbano tra il Politecnico, le Ogr e Porta Susa, al centro di una delle più importanti trasformazioni cittadine degli ultimi decenni. Oggi l'ex Westinghouse torna a vivere e, insieme alla prospettiva di una riqualificazione attesa da tempo, riporta in primo piano anche un'idea cara (anche) al sindaco Stefano Lo Russo: trasformare l'asse di via Borsellino in una grande passeggiata della scienza, pensata soprattutto per gli studenti e con poco spazio alle auto.

Nella proposta del nuovo piano regolatore i primi segnali in quella direzione si vedono già, con l'idea di «aprire» le Ogr verso i nuovi spazi universitari e il «salvato» parco Artiglieri di Montagna destinati a diventare gli elementi centrali del nuovo progetto per l'ex Westinghouse. Dopo 12 anni di stallo, il Comune ha trovato una soluzione grazie all'intesa tra Politecnico ed Esselunga. E sgretola un fronte politico complicato. Le proteste sono state importanti negli anni da parte di residenti, studenti e militanti dei centri sociali. La svolta, anticipata dal Corriere , è stata ufficializzata ieri mattina. Già il precedente rettore Guido Saracco aveva avviato un dialogo con Esselunga, ma è stato Stefano Corgnati, dopo il suo insediamento alla guida del Politecnico, a presentare una proposta concreta, individuando nell'ex fabbrica abbandonata l'espansione naturale del Campus delle Ingegnerie. Il nuovo assetto ridisegna completamente il progetto originario. È tramontata l'ipotesi del centro congressi affidato agli operatori milanesi. Si farà, ma con una «scala universitaria» e al servizio dell'ateneo. Superato anche l'hotel, lascerà il posto a uno studentato. Un intervento da almeno 100 milioni di euro in totale, con il trasferimento dei diritti edificatori al Politecnico per ospitare didattica, ricerca e servizi. La concentrazione delle volumetrie permetterà edifici più alti rispetto alle ipotesi iniziali, senza però arrivare ai grattacieli. Sul fronte commerciale, Esselunga ridurrà la grande struttura di vendita prevista in origine per realizzare uno spazio più contenuto e coerente con il nuovo equilibrio urbanistico e con i cambiamenti del mercato. Resta ora la sfida più importante: quella economica. Il Politecnico guarda alle fondazioni, ma non solo. «Stiamo lavorando con determinazione per stimolare progetti capaci di generare crescita, attrarre talenti e investimenti e migliorare la qualità urbana della città», dice il sindaco Lo Russo, regista dell'operazione. Il prossimo passaggio sarà la convocazione del Collegio di vigilanza dell'Accordo di Programma da parte della Regione.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Torino)

Concorrenza GDO

Centro commerciale più piccolo e alleanza con il Politecnico così rinascerà l'ex Westinghouse

STEFANIA AOI


Centro commerciale più piccolo e alleanza con il Politecnico così rinascerà l'ex Westinghouse

C'è un nuovo progetto per il futuro dell'ex area Westinghouse: si riduce la dimensione del centro commerciale Esselunga e il parco Artiglieri di Montagna resta un'area verde. La proposta è stata presentata al Comune dalla catena della grande distribuzione insieme al Politecnico di Torino.

Sono previsti nuovi spazi per la didattica e la ricerca ed è prevista la realizzazione di un centro congressi. Allo stesso tempo, il centro commerciale viene trasformato da grande struttura già autorizzata a media superficie di vendita. Elemento centrale del nuovo impianto è poi l'entrata in scena parziale del Politecnico, con l'acquisizione di diritti edificatori e un ruolo diretto nella trasformazione dell'area.

Ora la proposta sarà sottoposto al confronto con la Regione, chiamata a valutarne la coerenza urbanistica e le condizioni per l'attuazione. Per il sindaco Stefano Lo Russo si tratta di «una delle più importanti opportunità di trasformazione urbana per il futuro di Torino e di una proposta che rafforza la vocazione congressuale e garantisce la tutela del parco». L'area, aggiunge il primo cittadino, «può diventare uno dei luoghi simbolo di una nuova visione urbana da portare avanti in un dialogo costruttivo con tutte le realtà interessate».

Il rettore del Politecnico, Stefano Corgnati, sottolinea il valore strategico dell'intervento: «Il comprensorio urbano dell'area ex Westinghouse è fondamentale per lo sviluppo del Campus delle Ingegnerie, sia per la contiguità con le sedi esistenti sia per le possibili integrazioni edilizie, coerenti con l'implementazione del masterplan di ateneo».

Da parte sua Esselunga, attraverso il direttore Affari legali Alberto Gaudio, conferma la disponibilità a cedere al Politecnico una parte dell'area per la realizzazione di strutture a servizio dell'ateneo e degli studenti. Un'operazione che come sottolinea l'assessore all'Urbanistica Paolo Mazzoleni «si inserisce nel ridisegno della Spina 2 e del Centro Innovazione, asse di trasformazione tra Porta Susa, Ogr e Politecnico». Sul territorio, la Circoscrizione 3 accoglie con favore la revisione del progetto. La presidente Francesca Troise evidenzia come la nuova proposta lasci integro il giardino Artiglieri di Montagna. «Questo - dice - ci sta a cuore perché collegato al benessere delle persone che abitano i quartieri». Soddisfazione anche dal Partito Democratico in Consiglio comunale. Il capogruppo Claudio Cerrato sottolinea come la presenza del Politecnico «rafforzi la vocazione della Spina 2 come grande polo della conoscenza, della ricerca e dell'attrattività internazionale, salvaguardando il parco e ridimensionando l'area commerciale». Sul fronte ambientalista, Alleanza Verdi e Sinistra parla di risultato importante per la città. «Il parco è salvo - esultano i consiglieri comunali Sara Diena ed Emanuele Busconi -.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica (ed. Torino)

Concorrenza GDO

Un risultato che non sarebbe stato possibile senza il presidio di collettivi e cittadini che hanno impedito che fosse trattato come una merce». Per Pierlucio Firrao, di Torino Bellissima, resta aperta una domanda: «Quando partiranno i lavori?». ©RIPRODUZIONE RISERVATA

La Stampa (ed. Torino)

Concorrenza GDO

Svolta Westinghouse

Cambia il progetto sull'area di via Borsellino, il Politecnico affianca Esselunga: supermercato dimezzato e parco salvo Col nuovo centro congressi nasceranno spazi per didattica e ricerca al posto dell'hotel. Esultano Avs e ambientalisti


Svolta Westinghouse


Specchio dei tempi

ANDREA JOLY Un supermercato dimezzato rispetto al maxi-polo previsto fin qui da 4.500 metri quadrati. Meno parcheggi.

Niente hotel. In cambio, si salva il parco Artiglieri di Montagna come richiesto da anni dal Comitato Essenon. E arrivano nuovi spazi per la didattica e per la ricerca del Politecnico.

Tutto intorno al caposaldo del progetto: il centro congressi da 5 mila posti che tanto manca a Torino. E che ora potrà nascere dopo 12 anni di stallo dalla prima variante urbanistica.

Così cambia, ancora una volta, il futuro dell'area ex Westinghouse in via Borsellino.

La Città ieri ha ricevuto e accolto la nuova proposta di Esselunga in sinergia col Politecnico per trasformare la zona in un nuovo polo sì a vocazione congressuale e commerciale, ma con quest'ultima ridotta per salvaguardare il verde e fare spazio alla nuova anima universitaria.

Una vera e propria svolta che rende, sulla carta, tutti felici. In primis il Comune, che così sblocca un progetto arenato da anni che nel tempo ha vissuto ricorsi e rallentamenti legati al processo Ream, feroci proteste di residenti e ambientalisti, stalli (anche politici) mai risolti tradotti in cantiere. «La nuova proposta rafforza la vocazione congressuale della città, tutelando il parco e riducendo l'area commerciale», esulta il sindaco Lo Russo nonostante fosse stato lui nel 2014, da assessore all'Urbanistica con Fassino sindaco, a guidare l'approvazione della variante per dare vita al progetto originale.

Ma da allora sono cambiate tante cose. A partire dall'interesse di Esselunga, che nel tempo ha vissuto un rinnovo ai vertici e non trovava più attuale l'idea del maxi-polo da 4.500 metri quadrati. «Esselunga ha accolto con grande favore l'interesse del Politecnico ad acquisire una parte dell'area», dice il direttore delle Relazioni Istituzionali di Esselunga Alberto Gaudio. Il progetto è ridimensionato senza rimpianti, a maggior ragione di fronte alle stagioni di protesta ambientalista.

A esultare, più di tutti, è infatti il Comitato EsseNon. Col nuovo progetto il parco Artiglieri di Montagna è salvo, così come chiesto per anni tra sit-in e cartelli - ancora visibili - nell'area verde. Per questo sono soddisfatti anche Sinistra Ecologista ed Europa Verde, ora uniti a Torino sotto il nome di Avs. Da anni hanno posto all'attenzione del sindaco tre dossier: il progetto sportivo al Meisino, l'ospedale della Pellerina e, appunto, il no alla cementificazione del parco Artiglieri di Montagna.

Se il progetto sul Meisino è stato ridefinito e all'ospedale della Pellerina non si può rinunciare

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa (ed. Torino)

Concorrenza GDO

- ma il dialogo per maggiori contromisure ambientali è in corso - sull'area ex Westinghouse il cambio di prospettiva è arrivato. Addio al progetto della discordia,

benvenuta la nuova proposta che salva il parco. E anche il Politecnico, con l'espansione nell'area ex Westinghouse, trova risposte alla necessità di maggiori spazi per la didattica e per la ricerca: «Quella struttura è strategica per lo sviluppo del Campus delle Ingegnerie - dice il rettore Stefano Corgnati - le interlocuzioni con Esselunga hanno consentito di condividere un progetto

che aumenterà i servizi per la nostra comunità». Cosa succede ora? Il nuovo progetto aderisce al futuro dell'area disegnato dal nuovo piano regolatore, che lì prevede il "Centro Innovazione" con Porta Susa, Ogr, Poli e Grattacielo Intesa Sanpaolo. Non serve una variante urbanistica, ma un passaggio istituzionale da seguire c'è ancora: la Città ha chiesto al presidente della Regione Alberto Cirio la convocazione del Collegio di vigilanza dell'Accordo di Programma, organismo competente a esaminare le proposte di modifica e a valutare gli sviluppi dell'intervento. Dopo 12 anni di stallo, nessuno vuole esporsi: quando arriverà il via libera, verranno resi noti tutti i dettagli del nuovo progetto. Ma quell'area di Torino è pronta ad avere la nuova vita promessa prima con la biblioteca Bellini (con tanto di progetti preliminari da 16 milioni finiti in nulla) e poi con il centro congressi e il maxi polo di Esselunga mai realizzati. Ora, dopo anni di attesa, il centro congressi si farà con l'aiuto del Politecnico. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Cittadino

Concorrenza GDO

EX CONSORZIO

Un dibattito con scambio di accuse in Commissione


FAUSTINA

Un vertice fra Anas e Broletto per studiare l'impatto del cantiere

EX CONSORZIO

Un dibattito con scambio di accuse in Commissione

La magnolia spostata «ora si sta riprendendo»

La previsione, già esplicitata nei giorni scorsi, è quella che il privato presenti di un nuovo progetto rivisto e ridotto - con superficie di vendita inalterata a 2500 metri quadri - tra settembre e ottobre. Poi la modifica della convenzione, che prenda atto anche dei nuovi accordi stetti con l'amministrazione tra l'esito al Tar e quello al Consiglio di Stato, tra cui la cessione del Dopolavoro al Comune. Con l'obiettivo di arrivare ai cantieri nel 2027. La trasformazione urbanistica dell'ex Consorzio Agrario targata Esselunga continua però ad accedere il dibattito politico. L'ultima puntata, giovedì, in Commissione Ambiente e Territorio, dove l'assessore all'urbanistica Simone Piacentini ha illustrato le novità nelle road map dell'intervento; un passaggio che ha generato più di una reazione in aula. Da Eleonora Ferri (Lega), il rilievo «sull'accanimento» nei confronti del progetto, «perché avete avanzato richieste ed elementi, che insieme ai ricorsi, hanno scoraggiato l'operatore»; in questo quadro «non accetto che mi si venga a dire che i ricorsi non abbiano portato dei ritardi». Ricorsi che, come ha rilevato Maggi, «erano ovviamente una facoltà di associazioni e cittadini, ma resta il fatto che arrivavano da realtà con una chiara connotazione politica». Senza i ricorsi, ha aggiunto Gianmario Invernizzi, «ci sarebbe già Esselunga e quel quartiere sarebbe a posto». Da Giusy Molinari il rilievo con l'uso dell'ironia su quanto espresso da Lodi Comune Solidale, perché «a sapere che ci sono parti della maggioranza che aspettano questa rigenerazione, cosa dovrei dire? Io sono perfettamente d'accordo». A suscitare reazioni anche le parole del capogruppo del Pd Antonello Nardone, che ha chiarito che «è interesse della città che il provvedimento veda la luce oggi, anche se all'epoca, avessi amministrato io, avrei fatto un'altra cosa». Nardone ha poi messo in luce che l'amministrazione non ha ostacolato l'intervento, ma lo ha favorito con un'interlocuzione con il privato per portare «migliori effetti per la città». «Prendo atto - ha detto poi Maggi - che il capogruppo del Pd dice l'arrivo di Esselunga è nell'intesse della città. Quando si dice capire le cose con qualche decennio di ritardo...». R. M.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Gazzetta di Modena

Concorrenza GDO

Asta deserta Nulla di fatto per il market di via Nobili


MODENA

«È vero, è fuga da caro-affitti»

L'assessora Maletti ai proprietari di casa: «Serve una presa di coscienza della situazione: infermieri, insegnanti, autisti Seta e operai non vengono qui o chiedono trasferimento»

Asta deserta
Nulla di fatto per il market di via Nobili

Centro Papa Francesco, porte aperte «Aumentano le persone che chiedono aiuto»

Suor Maria Bottura lascia l'ufficio: «Tanti volti nuovi con problemi di casa e lavoro»

Ancora incerto il futuro del supermercato Sigma di via Nobili.

«La conclusione dell'asta del 10 giugno per gli asset del Gruppo Realco non ha purtroppo raggiunto l'esito che tutti auspicavamo, ovvero l'individuazione di un soggetto della grande distribuzione disponibile a farsi carico dell'acquisizione e rilancio dell'intero perimetro di attività. Per questo ieri abbiam voluto convocare un tavolo in Regione alla presenza di tutti i soggetti coinvolti nella procedura, finalizzato a condividere informazioni, prospettive immediate e possibili soluzioni a tutela delle lavoratrici e dei lavoratori coinvolti nella crisi, considerando che il lotto acquisito da Conad e altri riguarda soltanto nove punti vendita». Quinsi si spera in una futura acquisizione. Così l'assessore regionale al Lavoro, Giovanni Paglia, dopo l'incontro che si è tenuto mercoledì, nella sede della Regione, con rappresentanti dell'azienda, le organizzazioni sindacali, Rsu e Agenzia regionale per il lavoro. La vertenza interessa 140 punti vendita e circa 1.500 lavoratori, diretti e indiretti. «Siamo stati rassicurati sul fatto che nessuna evoluzione futura pregiudicherebbe la continuità operativa dei punti vendita della rete gestiti dai soci di Realco» aggiunge l'assessore. «Abbiamo condiviso la necessità di attivare rapidamente un tavolo finalizzato a individuare possibili soluzioni di reimpiego per chi dovesse averne la necessità» ha concluso.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Giornale Di Vicenza

Concorrenza GDO

Viale San Lazzaro

Tentano di rubare al market e aggrediscono la direttrice

La polizia ha denunciato due giovani italiani per tentato furto aggravato, possesso di oggetti atti a offendere e lesioni


Cronaca

Viale Trento

Ex Baronio occupato Fdl attacca: «Sgombero»

Agente ferito da un detenuto «Intervenire subito»

Viale San Lazzaro

Tentano di rubare al market e aggrediscono la direttrice

Tentano di rubare al supermercato, poi aggrediscono la direttrice intervenuta per fermarli. Due giovani, un uomo e una donna, sono stati denunciati dalla polizia al termine di un episodio avvenuto all'interno dell'Aldi di viale San Lazzaro e culminato con l'intervento delle volanti della questura. L'allarme è scattato nel primo pomeriggio di giovedì, attorno alle 14, quando la sala operativa ha inviato sul posto due equipaggi dopo la segnalazione di un'aggressione avvenuta all'interno del supermercato. All'arrivo degli agenti, la direttrice ha riferito di essere stata coinvolta in una colluttazione con due persone che avrebbero tentato di impossessarsi di alcuni prodotti senza pagarli.

I due sospettati, descritti dal personale del negozio, sono stati rintracciati poco dopo da una volante in corso San Felice. Dopo la perquisizione, la giovane non aveva con sé nulla di rilevante, mentre il ragazzo è stato trovato in possesso di un coltello, un taglierino e un martello. Entrambi sono stati quindi accompagnati negli uffici della questura per gli accertamenti del caso.

Secondo quanto riferito dall'addetto alla sicurezza del supermercato, tutto sarebbe iniziato quando aveva notato una ragazza occultare alcuni alimenti all'interno dei pantaloni. Fermata dal vigilante, la giovane avrebbe consegnato la merce, allontanandosi. La vicenda sembrava conclusa, ma poco dopo la ragazza sarebbe rientrata nel supermercato accompagnata da un giovane che portava con sé uno zaino rosso.

Insospettito dall'accaduto precedente, l'addetto alla sicurezza avrebbe deciso di monitorare i loro movimenti, sospettando un nuovo tentativo di furto.

Quando i due stavano per oltrepassare le casse, il vigilante avrebbe chiesto di poter controllare il contenuto dello zaino. A quel punto entrambi si sarebbero innervositi e avrebbero tentato di allontanarsi. Durante quei momenti concitati, dallo zaino sarebbero caduti alcuni prodotti che non risultavano pagati. La situazione è quindi degenerata. Sul posto è intervenuta la direttrice del market e ne sarebbe nato un acceso diverbio. Secondo la ricostruzione raccolta dagli investigatori, la donna sarebbe stata aggredita fisicamente dalla giovane, mentre i due sospettati si sarebbero poi allontanati dal negozio.

Il ragazzo è stato denunciato il tentato furto aggravato e per il possesso degli oggetti rinvenuti durante la perquisizione. Nella stessa circostanza è stata inoltre denunciata la 22enne per lesioni personali nei confronti. K.Z.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi

Economia, consumi e società

In Italia il mercato vale 39 mld nel 2025 (+8%). Per gli affiliati conta la forza del marchio

Franchising, effetto moltiplicatore

La sfida è attrarre nuovi imprenditori comunicando

ANNA CARINI


Marketing

In Italia il mercato vale 39 mld nel 2025 (+8%). Per gli affiliati conta la forza del marchio

Franchising, effetto moltiplicatore

La sfida è attrarre nuovi imprenditori comunicando

Una buona idea replicata si trasforma in franchising. E in Italia le idee imprenditoriali ripetibili non mancano: il settore nel 2025 ha raggiunto un giro d'affari di 39 miliardi di euro, in aumento rispetto ai 36 miliardi del 2024, con una crescita dell'8%. Eppure, la sfida resta soprattutto culturale. Non si tratta di un problema di conoscenza, ma di comprensione: se il 93% degli italiani dichiara di aver sentito parlare di franchising, solo il 21% afferma di averne una conoscenza approfondita. L'equazione, più semplice a dirsi che a farsi, è chiara: più il franchising viene compreso, più viene apprezzato. Il principale ostacolo resta lo scarso interesse a fare impresa: il 40% della popolazione intervistata si dichiara infatti non interessato a gestire questo tipo di attività. Significa che «la partita si gioca sull'immaginario, cioè sulla capacità di rendere desiderabile questo percorso imprenditoriale, dimostrando che il franchising non è una seconda scelta o una scorciatoia, ma può essere una forma seria, moderna e accompagnata di imprenditoria». Di qui la missione di Massimiliano Maffioli, presidente di Assofranchising dallo scorso settembre, intervenuto ieri al Franchising summit 2026, l'appuntamento annuale promosso dall'associazione aderente a Confcommercio che dal 1971 rappresenta, difende e promuove gli interessi economici, sociali e professionali del network di franchisor e franchisee associati. Proprio nel solco di questa logica di diffusione e replicabilità, che racchiude l'essenza di questo modello imprenditoriale, si inserisce il riconoscimento «Peccato non sia un Franchising», ideato da Assofranchising per valorizzare quei progetti che generano un impatto concreto sulla società pur non essendo strutturati come reti vere e proprie. «È un premio alla sua prima edizione, ma che ci auguriamo possa diventare simbolo di una delle caratteristiche distintive del franchising: l'effetto moltiplicatore», ha confermato Maffioli. Quest'anno il premio è stato assegnato alla Bva - Bebe Vio Academy, il progetto, già attivo a Milano e Roma (e destinato a espandersi a Venezia nel prossimo autunno), ideato dalla campionessa paralimpica Bebe Vio attraverso la sua Fondazione art4sport e Nike, che promuove l'inclusione attraverso lo sport, permettendo a bambini e ragazzi con e senza disabilità di allenarsi insieme in discipline come scherma in carrozzina, sitting volley, basket e rugby in carrozzina. Rispetto al passato, il franchising oggi è un «settore più maturo e robusto», secondo Luca Dondi dall'Orologio, ceo di Patrigest, caratterizzato da una dinamica di consolidamento più che di crescita in termini numerici. Nel passaggio dal 2024 al 2025, infatti, sono aumentate la dimensione media delle reti (+2%) e l'occupazione, che segna un +12%, mentre le insegne attive sono diminuite da 720 a 707 (-2%) e i punti vendita sono passati da 62.902 a 62.449 (-1%). Quanto ai settori merceologici, abbigliamento e accessori, servizi e gdo rappresentano il 53% dei punti vendita in franchising. Mentre la ristorazione, pari al 9%, «si conferma il comparto

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

più polverizzato, quello in cui ci sono tante catene di piccole e medie dimensioni». Ragionando in termini di volume d'affari, a trainare il settore sono gdo (43,5%), abbigliamento e accessori (18,8%) e ristorazione (12,7%), che insieme rappresentano circa il 75% del fatturato complessivo. Accanto ai comparti consolidati, poi, si affacciano nuove aree di crescita: dal noleggio all'hospitality fino all'intrattenimento, ai parcheggi e all'edilizia, segnali di un modello che, a macchia d'olio, continua ad ampliare progressivamente il proprio perimetro. Tra i fattori chiave che influenzano la scelta dei nuovi franchisee di entrare in un network, il costo di ingresso incide solo per il 6%: una quota marginale, seppur «non trascurabile considerato il complesso contesto odierno», secondo Dondi dall'Orologio. Anche a fronte di un investimento medio iniziale che nel 2025 si attesta a 120.900 euro, in crescita dell'1% rispetto al 2024, la decisione risulta guidata principalmente dal supporto offerto dal franchisor (65%) e dalla forza del marchio (65%). «Il brand è un mondo di significato. Qualcuno oggi sostiene che, con la tecnologia e l'intelligenza artificiale, il brand sarà sempre meno rilevante perché le persone si affideranno a ChatGPT o ad altre piattaforme per decidere cosa fare. Ma è un grande falso», ha spiegato Federico Capeci, managing director di Kantar Italia e Spagna. L'idea che la centralità dei marchi possa scomparire è, secondo Capeci, irrealistica: ciò che sta cambiando non è il ruolo del brand, ma il modo in cui si costruisce valore, un passaggio che nel franchising è più che mai decisivo.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Italia Oggi

Economia, consumi e società

Coin scommette sulla casa per il rilancio e guarda a pet, tech e food per diversificare

MARCO A. CAPISANI


Pubblicità, ecco quelle efficaci

Coin scommette sulla casa per il rilancio e guarda a pet, tech e food per diversificare

Dopo Mango, arriverà il marchio di abbigliamento e accessori Liu Jo ad alimentare la strategia «brand platform» per il rilancio di Coin (tradotto: l'insegna italiana vuole ospitare nei suoi negozi spazi commerciali di altri marchi e insegne). Non solo, secondo quanto risulta a ItaliaOggi, i prossimi piani di rilancio non escludono la diversificazione dell'offerta ai consumatori finali nei mondi pet, tech e anche food con tanto di somministrazione alimentare. In aggiunta, la nuova compagine azionaria guidata dal punto di vista industriale e commerciale da Marco Marchi, a capo del socio Mia, scommetterà sulla casa. La business unit Coincasa esiste già ed è affidata da circa tre mesi al responsabile Antonio Bonavoglia, con un passato da consulente e come project manager di Mia. Nei piani di sviluppo di Coincasa c'è l'inaugurazione di nuovi spazi, probabilmente con una superficie espositiva ridotta rispetto al passato. Si inizierà con una decina di nuove aree, seguite nel tempo da altre, per poi decidere se renderle anche store indipendenti, magari in parte in franchising. Nel futuro della divisione Coincasa c'è pure la possibilità di diventare una società a se stante, così come si vedrà prossimamente se e quali marchi o insegne terze entreranno concretamente negli store dell'insegna. Al momento di sicuro c'è l'accordo con Mango e la prospettiva Liu Jo, ricordando che il marchio appartiene alla società Mia di Marchi. Certo è che il mondo degli animali domestici o della tecnologia mantengono un importante appeal trasversalmente al mercato. Altrettanto, a corredo, rappresenta l'arredamento da cui in parte il precedente interesse per Coin di altre insegne concorrenti.

Sul fronte dei negozi infine, visto l'arrivo di Mango (vedere ItaliaOggi del 3/6/2026), Coin annuncia «interventi di riqualificazione e remodelling dei negozi coinvolti» dall'operazione, «con un investimento da parte del brand di poco meno di 20 milioni di euro».

Cosa resta da definire? Il department store parla anche di un contestuale «rafforzamento complessivo del livello dell'impiego» ma da capire c'è se l'arrivo di nuovi marchi o insegne implicherà una riallocazione dei dipendenti Coin a rischio o se i partner riempiranno i loro shop-in-shop con proprio personale.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Fragola della Basilicata, la prima stagione Igp vale oltre 60 milioni

Luigia Ierace


Sud
Agroindustria
3 milioni
Sassari, il packaging anti-spreco nato dagli scarti di liquirizia
Fragola della Basilicata, la prima stagione Igp vale oltre 60 milioni
Mandorle bio, un nuovo impianto a Sestu: nasce la filiera sarda della trasformazione

La Fragola della Basilicata Igp chiude la sua prima stagione certificata con numeri che confermano il peso del comparto nell'ortofrutta italiana: oltre 180 aziende agricole assoggettate al piano dei controlli, più di 30 confezionatori e una produzione che, secondo le stime del Comitato promotore, dovrebbe superare i 100 mila quintali di prodotto a marchio, per un valore superiore ai 60 milioni di euro. «Sono risultati strepitosi a sette mesi dal riconoscimento dell'Indicazione geografica protetta», ha sottolineato Salvatore Pecchia, presidente del Comitato promotore della Fragola della Basilicata Igp. Un dato ancora più significativo perché arriva nel primo anno di produzione certificata e in assenza di un Consorzio di tutela, valorizzazione e promozione, per la cui costituzione - ha spiegato Pecchia - si sta procedendo in tempi rapidi. Secondo i produttori, l'Igp ha determinato un forte incremento del valore del prodotto, nonostante il calo delle quantità legato a una stagione climatica instabile, segnata soprattutto dall'eccesso di pioggia. La prima campagna di raccolta con il marchio, dunque, viene giudicata positiva anche per l'interesse manifestato dal mercato. «In tutto l'areale di produzione, che si estende su circa 1.300 ettari, circa 800 sono coltivati a Fragola della Basilicata Igp», ha spiegato Pecchia. Il comparto nel suo complesso vale più di 150 milioni di euro di fatturato alla produzione e supera i 200 milioni se si considera il valore alla vendita, con oltre 500 mila quintali di prodotto, più di 600 mila giornate lavorative annue e oltre 10 mila lavoratori coinvolti. Con la certificazione Igp, ottenuta a novembre 2025, si aprono quindi prospettive economiche in crescita per la fragola lucana, prodotta in nove comuni della provincia di Matera: Montescaglioso, Bernalda, Pisticci, Montalbano Jonico, Scanzano Jonico, Tursi, Rotondella, Policoro e Nova Siri. Secondo le stime di Cso Italy, il Centro servizi ortofrutticoli, tra Basilicata e Campania si concentra il 56% della produzione nazionale di fragole, con un totale di 2.500 ettari coltivati. La Basilicata si conferma primo produttore italiano, con 1.280 ettari e una crescita del 17% delle superfici rispetto al 2025. Tra le varietà più diffuse figurano Inspire, Sabrosa e NSG 465. La ricerca di nuove cultivar rappresenta una leva strategica per rafforzare l'intera filiera produttiva regionale. «L'Alsia, che ha avuto un ruolo di supporto tecnico al Comitato promotore della Fragola della Basilicata Igp - ha ricordato il direttore generale Michele Blasi - da oltre 30 anni porta avanti attività sperimentali per valutare le varietà selezionate dai breeder a livello mondiale e verificarne l'adattamento all'ambiente lucano, sia sotto il profilo produttivo sia sotto quello qualitativo».

Accanto all'impegno pubblico c'è quello dei privati. Dal 2005 opera in Basilicata Nova Siri Genetics, società di ricerca e sperimentazione impegnata nello sviluppo di nuove varietà di fragole e piccoli frutti a basso fabbisogno di freddo, destinate a produzioni in aree caratterizzate da climi miti. «Laboratori

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

e campi sperimentali - ha spiegato la direttrice generale Carmela Suriano - lavorano in stretta sinergia con l'obiettivo di contribuire ad aggiungere valore al comparto attraverso l'introduzione di cultivar innovative destinate ai vivaisti autorizzati a livello globale». Tra i punti di forza della fragola lucana non ci sono solo qualità e innovazione, ma anche la capacità di aggregazione. Undici organizzazioni di produttori hanno aderito al Comitato promotore: tra queste l'Associazione di organizzazioni di produttori Arcadia, che comprende Op Assofruit Italia, Op Frutthera Growers-Nicofruit e Op Tenute Zuccarella, oltre a Op Agorà, Op Agricola Felice, Op Amala, Op Ancona, Op Gran Frutta Zani, Op Primosole, Op Terre della Luce e Apofruit.

Insieme detengono quasi il 70% del mercato della fragola della Basilicata, il comparto ortofrutticolo lucano più aggregato. «Far parte di una Op per i piccoli produttori è un valore aggiunto, perché consente di garantire una buona liquidazione, continuità lavorativa e assistenza tecnica e finanziaria», ha sottolineato Francesco Nicodemo, presidente dell'Aop Arcadia, che aggrega 355 ettari suddivisi tra 58 aziende, di cui 250 in Igp. Ogni anno, attraverso i Programmi operativi, vengono investiti 8 milioni di euro per rafforzare le politiche di filiera. «In un comparto come quello della fragola, che vale circa il 25% del Pil agricolo regionale, la certificazione Igp non è solo un riconoscimento, ma una leva di sviluppo per tutta la Basilicata», ha affermato Carmine Cicala, assessore regionale alle Politiche agricole, alimentari e forestali: «Ogni prodotto certificato è un ambasciatore della regione - dice -. La sfida è fare in modo che questo riconoscimento diventi sempre più un fattore di competitività».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Birrificio Angelo Poretti rafforza il suo legame con il territorio

Strategie. Lo stabilimento di Induno Olona è al centro di questa strategia: è l'unica sede produttiva di Carlsberg Italia. Successo per i segmenti premium: la 4 Luppoli Zero segna +60% contro il +15% del mercato

Maria Teresa Manuelli


Birrificio Angelo Poretti rafforza il suo legame con il territorio

Il territorio come valore, non come sfondo. È attorno al concetto di "Made in Provincia" che Carlsberg Italia ha costruito la nuova piattaforma di comunicazione del Birrificio Angelo Poretti, rinnovando a inizio 2026 l'intera identità visiva del brand - dal logo ai pack - e declinando la campagna su televisione, affissioni e digitale.

Alius Antulis, managing director di Carlsberg Italia da gennaio di quest'anno, indica proprio il legame con il territorio come priorità gestionale, a partire dal rafforzamento della rete di relazioni locali. Il birrificio di Induno Olona, in Valganna, non a caso è al centro di questa strategia: qui sorge lo stabilimento ottocentesco in stile Jugendstil, unica sede produttiva italiana dell'azienda. Serena Savoca, marketing & corporate affairs director, lo definisce «Un vero e proprio asset di comunicazione»: «Ci sono tante aziende che nascono in provincia e poi arrivano molto lontano, come è stato per il nostro Angelo Poretti», commenta.

Il radicamento non è solo narrativo.

Quasi 150 anni di storia, 1,14 milioni di ettolitri prodotti nel 2025 e 234 milioni di euro di ricavi fanno del Birrificio Angelo Poretti il cuore operativo di Carlsberg Italia, terzo produttore nazionale di birra. La sala cottura del 1908 conserva i tini in rame originali accanto alle tecnologie più avanzate. Lo stabilimento è aperto al pubblico con regolarità: nel 2025 ha accolto oltre 6mila visitatori, incluse le Giornate di Primavera del Fai a marzo con oltre 2.200 ingressi. Sul luppolo, Antulis è diretto: «Oggi abbiamo circa il 17% di luppolo coltivato in Italia, e questo è perché abbiamo voluto investire e creare valore con gli agricoltori locali, tra cui Italian Hops Company, con cui abbiamo iniziato la collaborazione sette anni fa».

Quella quota è il punto di partenza di una strategia più ampia supportata da due accordi istituzionali. Il primo, firmato a novembre 2024 con il Crea (Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria), prevede consulenza alle aziende produttrici di luppolo, formazione degli agricoltori su tecniche sostenibili e coinvolgimento diretto delle imprese agricole nell'innovazione. Il secondo sarà siglato a giugno 2026 con il Cerb, il Centro di Eccellenza per la Ricerca sulla Birra dell'Università di Perugia, unico centro italiano dedicato alla ricerca birraria.

L'azienda conta 276 dipendenti, distribuiti tra gli uffici di Milano e il birrificio di Induno Olona. Nel 2026 Carlsberg Italia ha avviato il progetto "GenerAzioni in Armonia", sviluppato con Fondazione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Libellula, per gestire la coesistenza di quattro generazioni in azienda, dai Baby Boomer alla Generazione Z. Il percorso ha coinvolto l'intera popolazione aziendale attraverso webinar e incontri in presenza, portando all'identificazione di circa venti "Change Agent Generazionali" e a un decalogo di comportamenti concreti, con un programma di reverse mentoring in avvio. A maggio 2026 Carlsberg Italia ha presentato la nuova strategia Esg di Gruppo, "Brewing Tomorrow", che aggiorna il programma "Together Towards Zero and Beyond" su quattro pilastri: ridurre le emissioni, tutelare la natura, ispirare scelte consapevoli, valorizzare le persone, con obiettivo Net Zero entro il 2040. Il Report Esg 2025 - quindicesima edizione per la filiale italiana - registra una riduzione dei consumi di acqua del 36,8% rispetto al 2015 e un calo dell'intensità delle emissioni dirette di co del 31,6%. Nel 2025 sono state risparmiate circa 40 tonnellate di carta nel packaging e erogate oltre 16mila ore di formazione, pari a 58 ore medie per dipendente. Con il 150° anniversario della prima cotta - il 26 dicembre 2027 - l'azienda prevede di intensificare le iniziative legate allo stabilimento. Il consumo pro capite di birra in Italia ha superato i 36 litri nel 2025, dai circa 30 litri del 2014 e i segmenti in espansione più rapida sono il premium e le analcoliche (fonte: Assobirra). Carlsberg Italia registra performance superiori alla media: la 9 Luppoli Ipa del Birrificio Angelo Poretti cresce del 50% contro l'1% del segmento (dati Circana, maggio 2025); la 4 Luppoli Zero segna +60% contro il +15,1% del mercato. «Le tendenze che osserviamo riguardano la premiumizzazione, quindi una maggiore qualità», osserva Antulis, «ma anche l'attenzione al benessere delle persone che cercano sempre più salute mentale e fisica». Due tendenze che l'azienda intende portare avanti nei prossimi progetti. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Sassari, il packaging anti-spreco nato dagli scarti di liquirizia

Innovazione. La startup Alkelux chiude un round seed da 970 mila euro per realizzare l'impianto pilota in Sardegna. L'additivo antimicrobico punta a valorizzare gli scarti della filiera calabrese della liquirizia

Davide Madeddu


Sassari, il packaging anti-spreco nato dagli scarti di liquirizia

Dagli scarti della liquirizia un additivo industriale per imballaggi alimentari. È la sfida della startup deeptech Alkelux, nata a Sassari e attiva nello sviluppo di materiali sostenibili per il packaging alimentare, che oggi, alla luce di nuovi capitali, punta alla crescita e all'espansione industriale. Fondata nel 2024 da Matteo Poddighe, chimico e dottore di ricerca dell'Università di Sassari, insieme a Davide Sanna, Emina Bilanovic e Carlo Usai, Alkelux nasce con una missione ambiziosa: ridurre lo spreco alimentare lungo la filiera dell'ortofrutta trasformando uno scarto industriale oggi privo di valore, la peluria delle radici di liquirizia, in un additivo per imballaggi attivi.

Il cuore del progetto resta sardo. La società è stata costituita a Sassari, dove ha sede il laboratorio e dove sarà realizzato il primo impianto pilota. La Calabria entra invece come territorio della materia prima: è dalla filiera calabrese della liquirizia che arrivano gli scarti destinati a essere trasformati in un prodotto ad alto valore tecnologico.

L'azienda, nelle settimane scorse, ha chiuso un round seed da 970 mila euro. L'operazione comprende circa 800 mila euro di nuova liquidità e la conversione di precedenti strumenti Safe per 170 mila euro. Le risorse raccolte saranno destinate principalmente alla costruzione dell'impianto pilota di Sassari, la cui ultimazione è prevista tra settembre e ottobre 2026. Con la nuova struttura è previsto un vero e proprio salto produttivo, con l'obiettivo di arrivare a una capacità di 4,5 tonnellate annue di additivo.

Una parte del round sarà destinata anche all'ottenimento delle certificazioni necessarie alla commercializzazione, attese entro la fine del 2026, e all'espansione del team, già rafforzato dall'assunzione dei primi due dipendenti, tra cui una ricercatrice rientrata in Italia dopo sei anni in Slovenia nell'ambito del "rientro dei cervelli".

«Questo round, oltre a essere una spinta economica, è anche il segnale che gli investitori credono in un modello deeptech che parte dal Sud e valorizza scarti, persone e competenze che oggi rischiano di restare inutilizzate», commenta Matteo Poddighe, ceo di Alkelux. «Nei prossimi mesi porteremo Alkelux dalla scala di laboratorio a quella industriale, condizione necessaria per chiudere i contratti con le aziende che da mesi stanno aspettando di testare l'additivo su volumi significativi».

Non è tutto, perché all'orizzonte c'è anche una collaborazione tra territori e filiere produttive diverse. «La nostra ambizione - aggiunge Poddighe - è costruire un'infrastruttura industriale che parta dalla

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Sardegna, dove nascerà il primo impianto pilota, e che sia in grado di valorizzare anche gli scarti della filiera calabrese della liquirizia, generando posti di lavoro qualificati in territori che spesso vedono partire le proprie competenze migliori».

All'operazione hanno partecipato Foodtech Accelerator S.r.l., veicolo di investimento costituito da Cdp Venture Capital Sgr S.p.A. ed Eatable Adventures, con Accelera Ventures nell'ambito del secondo batch di FoodSeed, il programma di accelerazione della Rete nazionale di Cdp Venture Capital Sgr. Gli investitori hanno effettuato un follow-on da 350 mila euro, per un investimento complessivo di 520 mila euro. Nel round sono entrati anche Banco di Sardegna, direttamente in equity tramite il proprio Fondo Spoke4Fin, e La Gemma Venture, acceleratore e fondo di investimento di Cuneo. Al centro della tecnologia, come sottolineano dall'azienda, ci sono i nano-polymer dots, nanoparticelle a base carboniosa con proprietà antimicrobiche che vengono incorporate direttamente nelle plastiche o nella polpa di cellulosa in fase di produzione, senza richiedere modifiche agli impianti già in uso dalle aziende del packaging. È il campo del packaging attivo: imballaggi che non si limitano a contenere il prodotto, ma contribuiscono a proteggerlo e ad allungarne la vita commerciale. Secondo quanto riferito dalla startup, i test condotti in laboratori interni e certificati da enti terzi hanno dimostrato che l'additivo estende fino a tre volte la shelf-life delle fragole, portandola da 3 a 8-9 giorni, con effetti analoghi su altri piccoli frutti facilmente deperibili come i mirtilli. Sul piano della resa, un grammo di polvere è sufficiente a funzionalizzare un chilo di plastica, con un dosaggio dello 0,1% che rende la tecnologia competitiva anche rispetto alle soluzioni multinazionali oggi sul mercato. La sostenibilità, in questo caso, non riguarda solo l'origine dello scarto. L'additivo, secondo la società, è privo di metalli, solubile in acqua e integrabile nei processi produttivi già esistenti. Per le aziende del packaging, adottare una nuova tecnologia senza modificare gli impianti significa ridurre tempi, costi e rischi del passaggio industriale. Tra fine 2026 e inizio 2027 l'azienda di Sassari punta ad aprire un round di Serie A da almeno 3 milioni di euro, finalizzato alla costruzione di un impianto industriale vero e proprio in Calabria, nel cuore della filiera della liquirizia, per arrivare a una produzione su scala globale entro l'inizio del 2028. In parallelo, il team sta lavorando all'estensione dell'additivo ad altri settori, dal packaging per carne alla panificazione fino ai dispositivi monouso del comparto biomedicale. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Pil, il Sud supera ancora il Nord grazie agli investimenti pubblici

Nel 2025 aumento dello 0,7% a fronte dello 0,5%, ma la crescita sta rallentando

R.R.


Pil, il Sud supera ancora il Nord grazie agli investimenti pubblici

ROMA Per il quarto anno consecutivo il Sud è cresciuto più della media italiana, trainato dagli investimenti pubblici.

I dati a consuntivo del 2025, stimati dalla Svimez (l'associazione per lo sviluppo dell'industria nel Mezzogiorno), registrano un Pil delle regioni meridionali aumentato dello 0,7%, rispetto allo 0,5% del Centro-Nord, con un tasso di crescita, però, inferiore al 2024 quando raggiunse l'1 per cento.

«È il consolidamento di un percorso molto positivo» commenta il sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega al Sud, Luigi Sbarra.

La Svimez ricorda che la crescita maggiore del Sud per quattro anni di seguito non si registrava «dal boom economico del dopoguerra». D'altro canto, però, il dato del divario di crescita complessiva dell'Italia segna un preoccupante ritardo rispetto all'Unione europea. Nel 2025 il Pil nazionale è cresciuto di mezzo punto percentuale, al di sotto anche dello 0,8% del 2024, e resta stabilmente inferiore alla media Ue a 27, +1,5%. «La Spagna - sintetizza la Svimez - prosegue la sua significativa espansione +2,8%, la Francia si attesta allo 0,8%, la Germania, invece, dopo la recessione del biennio precedente, è ferma a un modesto 0,2 per cento».

L'occupazione cresce, ma a ritmi più contenuti rispetto agli anni precedenti e con dati da leggere con attenzione in riferimento ai giovani.

Secondo le stime della Svimez, gli occupati sono saliti di 185mila unità rispetto al 2024 (+0,8%), raggiungendo quota 24 milioni e 117mila.

L'aumento riguarda però esclusivamente gli over 50 (+4,2%), mentre diminuisce tra gli under 35 (-2%) e nella fascia 35-49 anni (-1,3%).

Per il quinto anno consecutivo il Mezzogiorno registra una crescita occupazionale superiore a quella del Centro-Nord (+1,4% contro +0,6%), con Calabria (+3,8%) e Campania (+2,6%) tra le regioni più dinamiche, mentre nel Centro-Nord le performance migliori si osservano in Liguria (+2,7%) ed Emilia-Romagna (+2,0%). Spicca, nel Mezzogiorno, la crescita dell'occupazione femminile (+1,9%), quasi doppia rispetto a quella maschile (+1,0%). Dal punto di vista della qualità del lavoro, aumentano i contratti a tempo indeterminato e il lavoro a tempo pieno, mentre diminuiscono i rapporti a termine e il part-time involontario. Secondo la Svimez, la stabilizzazione resta comunque difficile per i giovani e per chi entra nel mercato del lavoro. Cresce inoltre il lavoro a tempo pieno (+1,9% nel Centro-Nord e +3,8% nel Mezzogiorno) e si riduce il part-time (-5,6% al Centro-Nord e -11,2% nel Mezzogiorno), in particolare nella componente involontaria (-5,5% e -13,4% rispettivamente). Nel Mezzogiorno, il tempo pieno aumenta in tutte le regioni,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

con incrementi più marcati in Campania e Puglia. Dal lato della domanda, in termini reali nel 2025 gli investimenti fissi lordi (+3,5%) sono risultati, a scala nazionale, la componente di gran lunga più dinamica (esportazioni: +0,7%, consumi finali: +0,9%). È la conferma di una tendenza consolidatasi dal 2021, «quando il superbonus prima e il Pnrr dopo - sottolinea la Svimez - hanno incrementato in maniera marcata le diverse componenti della spesa in investimenti». Con riflessi anche sul sorpasso del Mezzogiorno. Particolarmente significativo, a questo proposito, il dato relativo agli investimenti in costruzioni che, tra il 2022 e il 2025, sono aumentati del 34,3% al Centro-Nord e di oltre dodici punti percentuali in più al Sud (+48,6%). © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Trasparenza

Vendite solidali, va dichiarata la quota destinata a donazione

Via libera alla legge che rende più trasparente queste iniziative

Ilaria Ioannone, Gabriele Sepio


Vendite solidali, va dichiarata la quota destinata a donazione

Vendite solidali, arriva il via libera definitivo al Ddl Ferragni, approvato in Senato martedì. Un intervento, nato a seguito del caso Ferragni, che aveva acceso l'attenzione sulla necessità di rendere chiaro al consumatore il collegamento tra acquisto del prodotto, promessa di donazione e destinazione delle somme.

Il Ddl non incide sulla raccolta fondi in quanto tale, ma sulle fasi di promozione, vendita o fornitura di prodotti ai consumatori, imponendo precisi obblighi informativi a operatori commerciali e professionisti nel caso in cui proventi siano destinati a soggetti che svolgono attività di interesse generale, quali gli enti del Terzo settore. Quest'ultimi, seppur la formulazione della norma non sia chiara, dovrebbero essere esclusi dai nuovi adempimenti nel caso in cui agiscano in qualità di produttori (ad esempio coop e imprese sociali) a fronte del fatto che il decreto fa salve le disposizioni del Codice del terzo settore in tema di raccolta fondi.

Restano, invece, esclusi gli enti non commerciali a meno che non si tratti di realtà "partecipate" direttamente o indirettamente, da produttori e professionisti che attivano iniziative per il sociale. Con la conseguenza che nel perimetro della norma, come approvata in via definitiva, potrebbero rientrarci le fondazioni corporate che hanno scelto di assumere la qualifica di ente del Terzo settore. In tal caso, sarà opportuno verificare se l'iniziativa sia dell'ente o rientri nella strategia promozionale dell'impresa. Sotto il profilo degli adempimenti pubblicitari, la nuova disciplina richiede che sulle confezioni dei prodotti, ovvero tramite targhette o materiali presenti nei punti vendita, siano indicati il soggetto destinatario dei proventi, le finalità per cui le somme saranno impiegate e la quota percentuale del prezzo di vendita, o l'importo, destinata per ogni unità di prodotto. Informazioni da rendere con chiarezza e adeguata evidenza grafica. Dati che andranno riportati nella pubblicità, anche tramite influencer marketing. A ciò si aggiungono gli obblighi di comunicazione all'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm). Almeno quindici giorni prima della messa in vendita, infatti, produttore o professionista dovranno trasmettere all'Autorità le informazioni rese ai consumatori e il termine entro cui sarà effettuato il versamento all'ente non profit, nonché quello in cui il pagamento sarà effettivamente avvenuto. Adempimenti la cui violazione fa scattare sanzioni amministrative che vanno da 5mila a 50mila euro. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino

Economia, consumi e società

Rc auto, si muove l'Antitrust «Le polizze più salate d'Europa»

Il faro dell'authority con l'Ivass: aumento del 3,5% del prezzo medio. Il focus su bonus malus


Economia

Rc auto, si muove l'Antitrust
«Le polizze più salate d'Europa»
Il faro dell'authority con l'Ivass: aumento del 3,5% del prezzo medio. Il focus su bonus malus

di Francesca Lequaglie ROMA Gli automobilisti italiani pagano il conto più salato d'Europa per la rc auto, mentre il sistema assicurativo mostra bilanci solidi e redditività in crescita. È in questo divario tra premi in aumento e conti in salute delle compagnie che si inserisce l'«indagine conoscitiva» avviata da Ivass e Antitrust, chiamata a verificare se il mercato sia davvero competitivo o se esistano meccanismi che spingono i prezzi verso l'alto senza adeguate giustificazioni. I tempi dell'indagine non saranno immediati, ma l'obiettivo è arrivare a «possibili linee di intervento per una più efficace regolamentazione», con particolare attenzione «ai meccanismi di compensazione tra imprese nel sistema di risarcimento diretto e al funzionamento del sistema bonus malus». L'iniziativa è stata preannunciata da Paolo Angelini presidente dell'istituto che vigila sulle assicurazioni durante la presentazione della relazione annuale 2025. L'Antitrust parla di «possibili criticità concorrenziali» da verificare all'interno di un mercato che, pur essendo di natura obbligatoria e con una raccolta premi di circa 13,5 miliardi, potrebbe presentare «ostacoli allo sviluppo concorrenziale». Nel mirino anche i sistemi di attribuzione del rischio, le classi di merito e la procedura di risarcimento diretto, oltre a eventuali ostacoli alla mobilità della domanda come scatole nere e comparatori di prezzo.

Nel 2025 il premio medio rc auto è aumentato del 3,5%, fino a 432 euro nel quarto trimestre.

L'Italia con 320 euro resta tra i Paesi più costosi d'Europa: solo il Regno Unito registra livelli superiori (450 euro), mentre Spagna (197 euro) e Francia (194 euro) restano nettamente più basse. Pesano - secondo Ivass - i costi delle riparazioni e i sistemi di indennizzo. Si registra inoltre un'ulteriore crescita della dispersione del premio medio tra province, con picchi in Campania e alta Toscana.

Puntuale la reazione dei consumatori che accolgono l'indagine con favore, ma criticano il funzionamento del mercato e la mancanza di benefici per gli assicurati. Il Codacons descrive gli automobilisti come «i più tartassati d'Europa con una stangata, rispetto al 2022, da quasi 2,9 miliardi considerando le 33,9 milioni di auto assicurate». Più netta la posizione di Assoutenti: «Ivass non può comportarsi da notaio del mercato» a fronte di premi in crescita e di un sistema assicurativo considerato in buona salute. I dati Ivass, in effetti, confermano un settore in rafforzamento in termini di patrimonio, raccolta premi, redditività e liquidità. Con una crescita di oltre il 7% del comparto vita grazie alle polizze-investimento. E un risultato di esercizio del comparto danni aumentato da 4,5 a 4,9 miliardi di euro grazie anche all'obbligo per le imprese di coprirsi con le polizze catastrofalì dalle calamità naturali. Nella stessa direzione anche l'Unione nazionale consumatori: «bene le indagini conoscitive, ma poi dovrebbero seguire provvedimenti, altrimenti restano solo parole al vento». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

L'intervista

AI, l'italiano al tavolo dei big: «Il problema non sono i governi ma le aziende private Usa»

Il capo di Domyn al G7: i politici cercano intese e soluzioni

MASSIMO GAGGI


Primo piano | La guerra in Europa

Gli Stati Uniti: tagli alle truppe Nato
L'Ue sostiene Zelensky all'unanimità

Il presidente ucraino a Bruxelles. Hegseth contro l'Europa: Iran, una vergogna non aiutarci

AI, l'italiano al tavolo dei big: «Il problema non sono i governi ma le aziende private Usa»

Il capo di Domyn al G7: i politici cercano intese e soluzioni

«Dopo anni di retorica sull'Europa fuori gioco, ora si vede che, più ancora della potenza dei sistemi di calcolo, conta la capacità di analizzare e mantenere il controllo dei propri dati. Il caso Anthropic ha dato la scossa: al G7, da imprenditore, ho visto leader politici che cercano intese, si interrogano sulle soluzioni. I problemi li creano i giganti Usa della tecnologia: a parole collaborativi, ma ognuno, poi, va per la sua strada. E anche nella Ue non abbiamo ancora un tavolo per le società europee dell'AI. Ma ci stiamo lavorando».

Uljan Sharka, fondatore e capo di Domyn, società italiana che sviluppa modelli linguistici, data center e agenti AI per settori regolamentati (governi, difesa, grandi imprese, banche), invitato a partecipare alla sessione del G7 di Evian dedicato all'intelligenza artificiale insieme ai capi dei giganti Usa (da Sam Altman di OpenAI a Dario Amodei di Anthropic) e ai leader di altre aziende europee come la francese Mistral, respinge la narrativa di uno scontro tecnologico Usa-Ue: «L'Europa deve conquistare autonomia tecnologica, ma non può che usare i sistemi disponibili che sono americani. Scopriamo oggi una realtà che è tra noi da decenni? Andiamo allo scontro? Si può trovare il modo di vincere senza combattere, non è necessario distruggere per poter costruire».

La denuncia di problemi di sicurezza dei suoi stessi sistemi di AI da parte di Anthropic, e poi di Amazon, ha spinto il governo Usa a introdurre divieti che hanno allarmato gli europei, per la prima volta tagliati fuori da una tecnologia di punta, sia pure per problemi di sicurezza. Al G7 Macron ha chiesto di non creare divisioni tra le democrazie.

«Le conversazioni erano riservate, ma sono state costruttive, senza tensioni. Non sul fronte politico, almeno.

Serve un modello Nato per uscire da una narrativa sull'AI che oggi è distorta: esagerazioni di grandi laboratori di ricerca che hanno un impatto sulle decisioni dei governi.

L'intervento su Anthropic non mi sorprende: se un'azienda privata ti dice che ha creato un modello potente come un'arma nucleare e poi lo offre al mondo, che fa un governo, Trump o non Trump? Basta con la narrativa "noi contro loro": ci sono rischi sistemici da affrontare, ma non è la bomba atomica. È un software molto avanzato che può essere usato tanto in modo offensivo quanto difensivo. Servono sistemi di difesa by design offerti a tutti i Paesi di G7 e Nato».

Focus sulla creazione di sistemi protetti, allora.

«Più che protezione, accesso paritario e controllo completo. Senza controllo non proteggi niente: se rimane dipendenza, qualcuno potrà sempre spegnerti con un comando remoto. Qui la narrativa sbagliata

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

è che la dipendenza arriva dagli Usa: smettiamo di mettere in mezzo i governi e creare tensioni geopolitiche. Il problema sono le aziende private: distorcono la realtà e alimentano conflitti geopolitici, convenienti, per loro, a livello di business. Come quando dicono che se metti regole vince la Cina». Per il presidente Mattarella queste imprese sono «attori di imponderabile legittimità». Parla di «rischio di un nuovo disordine mondiale». Allarme eccessivo? «Anticipa il futuro: quando questa tecnologia diventerà totalmente pervasiva, avremo quei problemi. Accadrà tra 5 o 10 anni. Dobbiamo arrivare lì con le soluzioni giuste. In Europa lo stiamo facendo su tre fronti: creando la massa critica di capacità di calcolo che ci consentirà di essere competitivi. Mentre si dice che siamo indietro, stiamo costruendo le fondamenta. Abbiamo, poi, una crescita esponenziale delle start up di qualità, sempre più distribuite in tutta la Ue. I modelli fondativi europei, compresi i nostri di Domyn, sono ormai competitivi. In alcune aree superiamo i cinesi e anche alcuni modelli aperti Usa. C'è ancora molto da fare, ma stiamo colmando i gap». E i modelli di Domyn? Pensate alla quotazione? «In un anno il valore dell'azienda è triplicato, non posso dare dati perché siamo sempre in fasi di aumenti di capitale. E abbiamo rilasciato due modelli AI nuovi, uno da 262 miliardi di parametri, l'altro d 10 miliardi, competitivi con quelli Usa e cinesi. Abilitano il cliente, governo o azienda, ad addestrare il modello coi proprio dati. I clienti chiedono riservatezza. Ma siamo alla moltiplicazione dei numeri del fatturato. La quotazione arriverà quando avremo un valore di 100 miliardi. Non credo sia un traguardo molto lontano».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Innovazione e mondo digitale

«L'industria spinta dal digitale, serve investire di più sulle Reti»

Incontro Rcs Academy. Guidesi: creare un ecosistema. Biffi: decisivo per le imprese

Maria Elena Viggiano


ECONOMIA

«L'industria spinta dal digitale, serve investire di più sulle Reti»

Incontro Rcs Academy. Guidesi: creare un ecosistema. Biffi: decisivo per le imprese

Le imprese campane tra innovazione e competitività

La partita del futuro si gioca sulla Rete. Non è più solo un'infrastruttura tecnica ma una leva strategica capace di favorire l'innovazione, proteggere i dati e trasformare la tecnologia in crescita per imprese e territori. Questa è la visione emersa nel corso di «ItalIA in Rete - Ecosistema digitale: dati, sicurezza, innovazione per il futuro delle imprese» organizzato da RCS Academy e HPE in collaborazione con il Corriere della Sera e con il patrocinio di Assolombarda.

Ad aprire l'incontro è stato Alvise Biffi, presidente Assolombarda, che ha sottolineato come «la Rete è uno degli elementi strategici per la competitività della nostra industria.

Senza una Rete smart i dati, materia prima della nuova rivoluzione industriale basata sull'Ai, non possono essere elaborati». Un concetto ripreso da Claudio Bassoli, presidente e ad HPE Italia: «Il mondo per cui le reti tradizionali erano state progettate non esiste più. Oggi una Rete inadeguata non fa perdere un pacchetto dati: fa perdere un'opportunità, un paziente curato in tempo, un'impresa che poteva crescere». In questo contesto, la disponibilità di infrastrutture digitali avanzate diventa un fattore determinante per lo sviluppo economico e sociale del Paese.

«Per l'Italia - aggiunge - con il suo straordinario tessuto di imprese, una Rete intelligente è un moltiplicatore: non amplifica solo chi è già grande, amplifica chi ha il coraggio di crescere. La Rete non è un costo da ottimizzare, è l'investimento da cui dipende la competitività del Paese». Per il settore manifatturiero, la capacità di connettere infrastrutture e persone rappresenta una leva essenziale per rafforzare competitività e resilienza.

Nello stesso tempo, la diffusione dell'Ai richiede nuove competenze. Guido Guidesi, assessore allo Sviluppo Economico della regione Lombardia, ha evidenziato il valore di questo approccio. «Per consolidare la vocazione manifatturiera della Regione, abbiamo puntato sul nostro potenziale ancora inespresso: la capacità di mettere in Rete competenze e know-how presenti sul territorio. L'obiettivo è creare un contesto favorevole alle imprese». Una trasformazione che passa anche dalla preparazione delle persone «La sfida dell'Ai - ha aggiunto - si vince con la formazione, servono competenze per coglierne i benefici senza sottovalutarne i rischi».

Al centro del dibattito anche il tema della connettività, una delle infrastrutture chiave per lo sviluppo economico e sociale. Pietro Piccinetti, ad Infratel Italia, ha ricordato come il 5G rappresenti molto più di una semplice evoluzione delle telecomunicazioni: «Il 5G non è solo una tecnologia per comunicare ma uno strumento che può migliorare la qualità della vita. La sfida è garantire un accesso equo alle infrastrutture digitali. Dai borghi alle aree più isolate, nessuno deve restare indietro». Un obiettivo

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

che richiede un ruolo attivo delle istituzioni e una maggiore capacità di mappare e gestire le reti digitali. Tra gli altri partecipanti: Massimo Carboni (GARR), Silvio Ranise (Fondazione Bruno Kessler e Università di Trento), Federico Di Gennaro (Autostrade per l'Italia), Davide Invernizzi (Fondazione Cariplo), Mario Ponta (Sea Milan Airports), Remo Maccaglia (HPE Italia), Silvio Fraternali (Intesa Sanpaolo) e Edoardo Accenti (HPE Italia).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Innovazione e mondo digitale

Il rapporto dell'Osservatorio Look4ward: il tech sale, ma anche le disparità Il nodo chiave dell'educazione: "Rafforzare le competenze specifiche"

Aziende, allarme algoritmi "L'intelligenza artificiale ha fatto aumentare i divari"

Fabrizio Goria


LE SFIDE DELLA TECNOLOGIA

Aziende, allarme algoritmi "L'intelligenza artificiale ha fatto aumentare i divari"

Pignataro: "Subito incentivi per l'Ai"

Fabrizio Goria La tecnologia corre, le competenze no. L'adozione dell'intelligenza artificiale nel tessuto produttivo italiano accelera, ma espone imprese e lavoratori al rischio di una delega cognitiva sterile. «Dalla ricerca emerge una trasformazione profondamente asimmetrica: l'intelligenza artificiale è già entrata nelle attività quotidiane di studio e di lavoro, ma la sua integrazione nei processi educativi, organizzativi e decisionali procede con tempi più lenti», avverte Enzo Peruffo, direttore del Centro di Ricerca in Strategic Change della Luiss. Il divario tra strumenti e capitale umano è il cuore del terzo rapporto dell'Osservatorio Look4ward, progetto condiviso con Intesa Sanpaolo per decifrare l'evoluzione del lavoro.

L'indagine documenta una frattura evidente in ambito aziendale, rilevata attraverso un sondaggio su 600 responsabili delle risorse umane. Il 31% delle imprese ha implementato o collauda soluzioni algoritmiche, in netto rialzo rispetto al 19% registrato nel 2025. A questa progressione, però, non corrisponde uno sviluppo parallelo delle professionalità. L'85% delle aziende informatizzate progetta percorsi didattici, eppure solo il 19% possiede programmi strutturati, mentre il 48% si ferma a iniziative pilota o occasionali. Il dato critico riguarda l'esclusione formativa, poiché il 46% dei dipendenti non riceve istruzione dedicata e il 44% delle imprese non prevede alcun investimento nel prossimo biennio.

L'analisi settoriale mostra un'adozione concentrata nei servizi (22%) e nelle grandi strutture del Nord-Ovest, contro una manifattura arretrata al 7%. Le resistenze, si evidenzia, derivano dalla percezione di una tecnologia acerba, dai costi e dalla carenza di personale preparato. Ed emerge un ecosistema popolato per il 49% da realtà «formalmente pronte», organizzazioni dotate di consapevolezza teorica a cui manca una implementazione pratica.

L'impatto dell'innovazione sui processi cognitivi svela dinamiche inattese, misurate su un campione di 800 partecipanti. L'esperimento dimostra che il valore dell'algoritmo muta in base alla difficoltà della mansione. Nei compiti a bassa complessità, operare senza supporto informatico favorisce un coinvolgimento superiore del 15% e un livello di apprendimento maggiore. In questi scenari, la mediazione tecnologica riduce la trasparenza e induce gli utenti a creare contenitori di conoscenza sempre più vuoti. Il quadro si inverte di fronte ad attività ad alta complessità, dove la macchina diviene uno strumento per abbattere il carico mentale e innalzare la soddisfazione decisionale. «Il punto, quindi, è costruire le condizioni perché l'AI generi valore senza produrre delega cognitiva», sottolinea Peruffo. Secondo il direttore, serve «una regia pedagogica, organizzativa e istituzionale chiara: formare i docenti prima degli studenti,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

integrare l'AI negli obiettivi didattici». Il profilo ideale è rappresentato dai "converter razionali", il 12% degli utenti in grado di attivare l'assistenza in modo proporzionale al bisogno, preservando l'autonomia nei contesti gestibili.

Ci sono diversi problemi, secondo Andrea Garnero, economista dell'Ocse. «Il dibattito pubblico sull'intelligenza artificiale tende a concentrarsi soprattutto sui rischi per l'occupazione. Questi rischi esistono e vanno gestiti, ma per un Paese come l'Italia esiste anche un rischio opposto: quello di non cogliere le opportunità offerte dalla nuova tecnologia», evidenzia l'esperto del mercato del lavoro dell'organizzazione parigina. Il quale rilancia: «Senza investimenti in upskilling e reskilling, il rischio è che il rendimento degli investimenti tecnologici rimanga inferiore alle aspettative».

La risposta istituzionale al disallineamento prende forma nel modello Geniale (Generative ecosystems for new intelligent augmented learning education), un framework per ecosistemi educativi capaci di bilanciare ingegno umano e potenza computazionale. Esso teorizza l'Augmented Learning, un paradigma in cui il software non funge da potenziatore universale, ma da amplificatore contingente. Cosi che la priorità si sposta dall'alfabetizzazione tecnica all'etica della delega.

Elisa Zambito Marsala, responsabile Education Ecosystem di Intesa Sanpaolo, inquadra la metamorfosi ricordando che «l'intelligenza artificiale non sostituisce l'apprendimento, ma lo trasforma, e il suo valore dipende dalla qualità dei modelli educativi con cui viene integrata». Un parere condiviso a gran voce anche dal rettore della Luiss, Paolo Boccardelli, che chiede più dinamismo. In tal senso, la costruzione di abilità trasversali è il presupposto primario per non subire lo shock tecnologico. «Questo paradigma richiede un'interazione più evoluta tra persone e tecnologie, in cui le competenze trasversali diventano decisive per permettere ai giovani di affrontare con consapevolezza le trasformazioni in corso», aggiunge Marsala, confermando che «Intesa Sanpaolo è impegnata a costruire ecosistemi virtuosi insieme a università, imprese e istituzioni, promuovendo modelli formativi innovativi capaci di integrare tecnologia, autonomia cognitiva e responsabilità nell'utilizzo dell'AI, riconoscendo il ruolo chiave delle aziende nel contribuire al sistema educativo». Specie perché la priorità di oggi, questo il messaggio di fondo dell'analisi, è non perdere il treno dell'intelligenza artificiale a livello di sistema Paese. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Innovazione e mondo digitale

Il fondatore di Ion: "Adottare velocemente le nuove tecnologie, anche se vengono dagli Usa"

Pignataro: "Subito incentivi per l'Ai"

Luca Monticelli


Pignataro: "Subito incentivi per l'Ai"

luca monticelli roma Andrea Pignataro parla di rado. Il fondatore e amministratore di Ion Group, colosso fintech, è uno degli uomini più ricchi d'Italia e concede interventi pubblici con il contagocce. Per questo, anche pochi minuti di discorso assumono un peso particolare. È accaduto ieri a Roma sul palco del Fii Priority Europe 2026, il summit europeo del Fii Institute, piattaforma che incrocia grandi investitori e che ha tra i suoi partner strategici il fondo saudita Pif e Aramco, il gruppo petrolifero controllato da Riad.

Nel panel dedicato al "comprare europeo", Pignataro ha delineato con chiarezza la sua visione: «Siamo davanti a un nuovo Rinascimento, il tech è una grande opportunità per l'Europa, non importa che sia prodotto altrove».

Una posizione netta che ribalta il dibattito: non è decisivo vincere la corsa all'invenzione, quanto piuttosto quella all'adozione.

Il cuore del ragionamento è la velocità. «L'Europa e l'Italia in passato hanno adottato pacchetti di incentivi per accelerare l'implementazione di tecnologie che hanno portato anche all'aumento del Pil. I decisori politici devono rendersi conto che la velocità è un valore strategico». Da qui la proposta: «Ogni Paese dovrebbe introdurre pacchetti fiscali per incentivare un'adozione rapida e premiare i risultati in termini di produttività». Il riferimento esplicito è al rapporto Draghi che individua «i divari nella crescita, soprattutto di produttività, a causa di gap tecnologici». In questa chiave, l'intelligenza artificiale diventa leva sistemica: «Negli Anni 50 l'Europa è cresciuta del 5% per un decennio perché venivano adottate nuove tecnologie: ora è possibile un periodo di rinascimento simile». Il messaggio è chiaro: l'Europa non deve necessariamente competere con Stati Uniti o Cina sulla frontiera tecnologica, ma può vincere sulla capacità di integrazione industriale. È un modello già sperimentato. Nel dopoguerra, la ripresa europea fu costruita assimilando tecnologie americane. Nei primi anni Cinquanta migliaia di manager europei visitarono le fabbriche statunitensi per apprenderne processi e organizzazione. In questa transizione, anche il sistema finanziario è chiamato a evolvere. Le banche, ha osservato, devono diventare «facilitatori» tra capitale privato, istituzionale e imprese. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Espresso

Innovazione e mondo digitale

ECONOMIA CAPITALISMO DIGITALE

I nostri dati una miniera per pochi

Ogni click, ogni ricerca, ogni scroll, ogni messaggio a un chatbot contribuisce alle fortune ultra miliardarie delle Big Tech. Produciamo valore per altri senza ricevere nulla in cambio

MAURIZIO DI FAZIO


ECONOMIA CAPITALISMO DIGITALE

I nostri dati una miniera per pochi

MAURIZIO DI FAZIO

Per anni ci hanno raccontato che internet fosse gratis. Gratis la posta elettronica, le mappe, i social network; gratis anche quell'intelligenza artificiale che oggi si va sostituendo, in toto, a quel che restava delle nostre facoltà mentali.

Che meraviglia, vero? Se solo fosse vera. Il conto da pagare, infatti, è drastico. Invisibile, ma salato. E a prendersi tutto il banco sono sempre loro, un pugno di moloch (vecchi e nuovi) della nostra esistenza online. Le Big Tech ricaverebbero da ogni cittadino europeo, nell'arco della sua vita digitale, quasi 225mila euro di valore commerciale.

Una cifra colossale, che equivale a sei anni di lavoro full time se assumiamo come riferimento il salario medio indicato dalla Commissione Ue che è pari a 39.800 euro. E considerando i circa 484,7 milioni di utenti internet europei, il valore commerciale complessivo estratto dai nostri dati personali in Europa (Regno Unito compreso) arriverebbe a oltre 108mila miliardi di euro in un periodo di sessant'anni. La stima, e il J'accuse, arrivano dalla Web3 Foundation, che persegue il sogno di un internet decentralizzato dove gli utenti controllano i loro dati, la loro identità e il proprio destino. E che ha realizzato un white paper dal titolo lapalissiano: The Hidden Price of Free: What Your Data Is Really Worth ("Il prezzo nascosto della gratuità: quanto valgono realmente i tuoi dati"). Il rapporto chiama in causa direttamente giganti tecnologici come Amazon, Microsoft, Meta, Anthropic e Alphabet, affermando che ciascuna di queste multinazionali gua dagni circa mille euro l'anno da ogni utente internet. Negli Stati Uniti, i numeri divengono persino più scioccanti: lì il valore medio annuo dei dati personali schizzerebbe a 5.700 euro per individuo, fino a oltrepassare i 700mila euro lungo l'intera vita digitale se consideriamo l'inflazione. Perché la vera benzina, il vero plus dell'economia digitale contemporanea non sta più nelle pubblicità, ma nei comportamenti umani. Ogni click, ogni ricerca, ogni scroll, ogni acquisto, ogni geolocalizzazione, ogni notifica ricevuta, ogni messaggio a chatbot, ogni prompt compilato: tutto diventa una miniera d'oro per pochissimi altri. I nostri dati vengono raccolti, sviscerati, centrifugati e monetizzati da alcune delle aziende più potenti al mondo, senza che noi possiamo partecipare al formidabile banchetto di un valore da noi stessi creato. Nessuno ci coinvolge, non abbiamo voce in capitolo, a parte il nostroconsenso alle fluviali e per i più inintelligibili informative sulla privacy che, in nove casi su dieci, accettiamo in automatico. Rassegnazione -assenso. E a propugnare una re distribuzione del reddito e dei meriti non ci pensa certo l'Ia, che anzi starebbe rendendo lo squilibrio ancora più marcato, sostiene sempre Web3: un tempo i nostri dati servivano a mostrarci pubblicità mirate, oggi ad addestrare

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

modelli linguistici, costruire sistemi predittivi, perfezionare raccomandazioni algoritmiche, sviluppare software aziendali. Interagiamo per ore e ore con l'intelligenza artificiale, interrogandola sulle massime istanze culturali e sulle minime amenità quotidiane, e quella, in gran silenzio, trasforma tutte le nostre domande e confidenze in una preziosissima materia prima. Da consumatori, magari miopi e sfrenati, che eravamo, siamo diventati dei dataset itineranti? Foraggiamo inconsape volmente fortune ultra -miliardarie e nessuno ci stacca u

n dividendo. Nello studio internazionale, che ha analizzato 150 aziende tra le prime 100 della classifica Forbes Global 2000-2025 e tutte quelle presenti nella Forbes AI 50 del 2026, sono spesi paragoni pratici. Negli States, per esempio, il valore dei dati personali di un singolo individuo sarebbe ormai vicino al prezzo medio di una casa nuova: indicizzato all'inflazione, di abitazioni ne uscirebbero addirittura due. In Europa, invece, il valore suddetto avrebbe la dimensione di un fondo pensione o di un cospicuo patrimonio di risparmio personale. Gli autori del paper ricordano, inoltre, come la rata media di un mutuo europeo oscilli intorno ai 1.360 euro mensili: la stessa somma che il modello PDAV attribuisce annualmente ai dati di un singolo utente continentale. Ma cos'è questo modello, adottato come pietra ango lare teorica? È l'acronimo di "personal data asset value", ergo il valore commerciale annuale generato dai dati personali degli utenti. Una formula che bypassa il classico Arpu ("average revenue per user"), cioè il mero ricavo medio per utente di un prodotto o servizio. Secondo la Web3 Foundation, limitarsi ai calcoli imperniati sugli introiti pubblicitari e sugli abbonamenti alle piattaforme non basta più. Bisogna aggiungere, giusto per nominarne qualcuno, i piani di sottoscrizione all'Ia, le licenze software, i marketplace, l'intermediazione di dati, il brokeraggio di informazioni personali, gli ecosistemi hardware... E il problema non investe più soltanto la Silicon Valley. Oggi il capitalismo dei dati è disseminato ovunque: banche, sanità, assicurazioni, finanza,

telecomunicazioni. E non conta solo chi raccoglie i dati, ma chi li rielabora, li incrocia, li vende. Forse il risvolto più sinistro del documento è quello della profilazione segreta. I tem pi di permanenza, i movimenti del mouse e gli errori di digitazione, le conversazioni e i contenuti, i feedback. Le nostre relazioni social, le vanaglorie e le fragilità emotive, le cronologie di navigazione. Non solo ciò che dichiariamo online, ma tutto quello che gli algoritmi assorbono e deducono. Montagne di frammenti liquidi che, messi insieme, redigono dossier iperrealist

ici su noi stessi. Il white paper, firmato da questa fondazione basata in Svizzera che promuove la filosofia tecno-libertaria del Web3, risuona come un manifesto vibrante. Ma gli stessi artefici del rapporto specificano che l'oggetto del contendere non sia una richiesta potenziale di risarcimento a una platea così indistinta e abnorme. Nessuna class action da record, all'orizzonte. Google, Meta e le altre mega -piattaforme non dovranno versare centinaia di migliaia di euro pro -capite ai cittadini. Le somme sciorinate all'inizio del nostro articolo agiscono, infatti, come indicatori simbolici, ma dimostrabili, di una sperequazione oramai intollerabile tra l'ingente peso economico sprigionato dai dati personali e la nostra totale

mancanza di ar bitrio a proposito di questi ultimi. La Rete del passato aveva edificato il suo impero su un accordo intrinseco: comodità in cambio di sorveglianza. Il "patto col diavolo" era iniziato, insomma, lì. Ma adesso c'è stato un ulteriore salto di qualità. Gavin Wood, fondatore della Web3 Foundation, lo dice forte e chiaro: L'economia digitale moderna è alimentata dai dati umani, eppure le persone che generano questo valore hanno scarsa visibilità, controllo o partecipazione ai benefici. La tecnologia Web3 può offrire un percorso verso un internet più equo, in cui gli individui abbiano un reale controllo sulla propria vita digitale. Ci vorrebbe, auspicano, un internet molto più democratico e trasparente, con strutture decentralizzate e in cui le persone possano decidere cosa condividere, con chi e a quali condizioni. Una visione futuribile se non impossibile, ma che intercetta un quesito capitale: se i dati sono il petrolio del ventunesimo secolo, perché tutti noi, legittimi possessori di questi giacimenti invisibili, restiamo gli esclusi, i paria del sistema? Crepuscolo

delle illusioni. Fasti altrui.