



Alleanza 3.0

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0
venerdì, 03 aprile 2026

Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

venerdì, 03 aprile 2026

Coop Alleanza 3.0

02/04/2026 **Aduc** 5
ITALIA - Gdo italiana: vendite in aumento e trend di crescita, discount sempre più centrali

Area Emilia Romagna

02/04/2026 **TRC** 8
A Pasqua vince la tradizione: la colomba resta la regina (TG delle 06:20)

03/04/2026 **SetteSere Qui** Pagina 6 9
SOCIETA' | Coop alleanza risponde al caro energia

02/04/2026 **Bologna24ore** *Sonja Vietto* 10
Imola, tutto pronto per il Premio Marina Garbesi 2026

02/04/2026 **Sesto Potere** 13
Presentata la tredicesima edizione di Diabetes Marathon, al via il 19 aprile a Forlì

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

02/04/2026 **TGR Friuli Venezia Giulia** 16
Una colomba in carcere (TG delle 19:30)

03/04/2026 **Messaggero Veneto** Pagina 22 17
Donazioni per 51 mila euro con panettoni e buoni spesa

02/04/2026 **Telefriuli.it** 18
Le colombe di Pasqua a chi è recluso nel carcere di Udine

Area Sud e Isole

02/04/2026 **Trm Tv** 19
Matera, nasce "Primavera Letteraria" al Centro Mongolfiera di Venusio

Controllate e partecipate

03/04/2026 **Gazzetta di Modena** Pagina 10 20
Le imprese e la sfida di trovare il valore nell'epoca dell'AI

03/04/2026 **La Nuova di Venezia e Mestre** Pagina 19 *ROBERTA DE ROSSI* 22
Estorsione su un incidente: Loris Trabujo a processo

03/04/2026 **La Nazione (ed. Firenze)** Pagina 67 *CATERINA CECCUTI* 23
Uno spettacolo per tre progetti di solidarietà

Coop e Cooperazione

02/04/2026 **Ansa.it** 24
Legacoop E-R, cooperazione sociale raggiunge più di 930.000 cittadini all'anno

03/04/2026	La Nuova Ferrara Pagina 10		25
	«India, Australia e Cina sono i veri snodi decisivi dell'agroalimentare»		
03/04/2026	Il Resto del Carlino (ed. Forlì) Pagina 51	M. S.	27
	Cna: «A rischio 3mila imprese con 15mila dipendenti in provincia»		
03/04/2026	La Nazione (ed. Umbria) Pagina 58		28
	L'opportunità Legacoop Umbria apre a 198 giovani: c'è tempo fino all'8 aprile		
03/04/2026	SetteSere Qui Pagina 25		29
	Pasqua un po' sottotono, ma le colombe Deco volano		
03/04/2026	Il Tirreno Pagina 43		30
	Un piccolo manufatto di legno per la pace Unicoop Firenze e l'artigianato di Betlemme		
03/04/2026	La Nazione (ed. Grosseto-Livorno) Pagina 59		32
	Da Unicoop un mezzo alla Misericordia		
03/04/2026	La Nazione (ed. Viareggio-Versilia) Pagina 47		33
	Mestieri d'arte i Maestri Artigiani Botteghe aperte e laboratori		

Concorrenza GDO

03/04/2026	Il Sole 24 Ore Pagina 23		34
	NewPrinces crolla in Borsa Scambiato il 5% del capitale		
03/04/2026	Giornale di Brescia Pagina 26	ERMINIO BISSOLOTTI, CAMILLO FACCHINI	35
	Italmark, sinergia con Amazon: la spesa si fa online 7 giorni su 7		
03/04/2026	Il Resto del Carlino (ed. Rimini) Pagina 65	ALDO DI TOMMASO	37
	Le vongole made in Bellaria arrivano sugli scaffali Partita la vendita alla grande distribuzione		
03/04/2026	Il Tirreno (ed. Lucca-Viareggio-Versilia-Massa-Carrara) Pagina 23		38
	L'appello di Camaione a Sinistra sul progetto per la nuova Conad		
03/04/2026	Corriere del Veneto (ed. Treviso) Pagina 8		39
	Stop alle autorizzazioni alla grande distribuzione ma dal passato spuntano nuovi spazi commerciali		
03/04/2026	Il Giorno (ed. Metropoli) Pagina 65		40
	L'affaire Auchan-Grugnotorto «Un'articolata rete di relazioni E Imberti è "un faccendiere"»		
03/04/2026	Il Resto del Carlino (ed. Reggio Emilia) Pagina 55		42
	Bosco Ospizio «Hub e Conad dal Comune nessuna coerenza»		
03/04/2026	Corriere Romagna (ed. Forlì-Cesena) Pagina 8		43
	La 5ªA della scuola Alighieri trionfa a Scrittori di classe		
03/04/2026	Il Gazzettino (ed. Padova) Pagina 11		44
	Unicomm, 73 borse di studio dedicate ai figli dei dipendenti		
03/04/2026	Il Giornale Di Vicenza Pagina 30		45
	Povertà alimentare in crescita Il sostegno del Lions		
03/04/2026	La Prealpina Pagina 23	STEFANO DI MARIA	46
	Furti fuori dai market «Ora facciamo causa»		
03/04/2026	Giornale di Brescia Pagina 12		47
	Sorpresi a rubare alcolici Arrestati due uomini		
03/04/2026	Il Giorno (ed. Lecco-Como-Sondrio) Pagina 52		48
	Novedrate, furto e bottigliata al direttore		

Economia, consumi e società

03/04/2026	Il Sole 24 Ore Pagina 16	Lorenzo Pace	49
	Alimentari e farmaceutica trainano l'export italiano		
03/04/2026	Il Sole 24 Ore Pagina 16	Emiliano Sgambato	51
	Nasce Healtion e punta 100 milioni sul futuro del cibo salutare e bio		

03/04/2026	Italia Oggi Pagina 12	MARCO A. CAPISANI	53
<hr/>			
03/04/2026	Il Sole 24 Ore Pagina 9	Pagina a cura di Barbara Ganz	55
<hr/>			
03/04/2026	Corriere della Sera Pagina 16	ANDREA RINALDI	57
<hr/>			
03/04/2026	La Nuova Ferrara Pagina 11		59
<hr/>			
03/04/2026	Gazzetta di Reggio Pagina 9		61
<hr/>			
03/04/2026	Il Gazzettino (ed. Padova) Pagina 11	SILVIA QUARANTA	62
<hr/>			
03/04/2026	La Repubblica Pagina 7	GIUSEPPE COLOMBO	64
<hr/>			
03/04/2026	La Repubblica Pagina 32	ROSARIA AMATO	66
<hr/>			
03/04/2026	La Stampa Pagina 4	Alberto Simoni	67
<hr/>			
03/04/2026	Corriere della Sera Pagina 36		69

Innovazione e mondo digitale

03/04/2026	Italia Oggi Pagina 9	CARLO VALENTINI	70
<hr/>			

Segnalazioni

03/04/2026	Corriere di Bologna Pagina 7	Alessandra Testa	73
<hr/>			

Aduc

Coop Alleanza 3.0

ITALIA - Gdo italiana: vendite in aumento e trend di crescita, discount sempre più centrali

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici (necessari al funzionamento) e, previo consenso, cookie analitici e di terze parti Informativa cookie Nel 2025 la grande distribuzione organizzata italiana a prevalenza alimentare accelera la propria crescita: le vendite aumentano del +4,3% rispetto al 2024, in un contesto di inflazione quasi nulla. Il dato conferma un percorso espansivo ormai consolidato: tra il 2019 e il 2024 il settore ha registrato un incremento complessivo del +30,9%, pari a un tasso medio annuo del +5,5%. Vendite in aumento e trend strutturale di crescita A delineare il quadro è la nuova edizione dell'Osservatorio sulla Gdo dell'Area Studi Mediobanca, che analizza 118 aziende italiane e 30 operatori internazionali, coprendo il 95,8% del mercato nazionale. Nel 2024 il fatturato complessivo del settore raggiunge 109,8 miliardi di euro (Iva esclusa), di cui 13,4 miliardi generati da gruppi a controllo estero. Nel 2025, con inflazione pressoché nulla, si stima una crescita delle vendite della GDO italiana del 4,3% sul 2024, che supera il +2,3% del 2024. Nel 2024 l'aggregato dei maggiori gruppi italiani della GDO a prevalenza alimentare ha realizzato un fatturato netto pari a 109,8 miliardi (IVA esclusa), di cui 13,4 miliardi in capo a operatori a controllo estero (12,2% del totale). Tra il 2019 e il 2024, le vendite sono aumentate del 30,9% con un tasso medio annuo del 5,5%. In crescita i ricavi derivanti da attività promozionali (+4,1% all'anno tra il 2019 e il 2024) pari al 6,5% delle vendite dei dettaglianti; i ricavi immobiliari sono l'1,2%. La GDO conferma l'alta incidenza del costo del lavoro: i costi del personale dei retailer nazionali rappresentano mediamente il 12,5% delle vendite, quelli per trasporti e logistica il 3,1% e i costi dell'energia l'1,9%. Tiene la redditività nel 2024: EBIT margin al 2,7% (2,5% la media dei sei anni, che si confronta con il 4,6% del Food&Beverage), ROI al 7,1% (6% la media vs il 10,5% della GDO non alimentare) spingono gli investimenti (+4,9% sul 2023). Nel quinquennio 2020-2024 gli operatori della GDO nazionale hanno distribuito dividendi per 1,3 miliardi e immesso risorse con aumenti di capitale a pagamento per 691 milioni. Nel 2024 discount non più così irraggiungibili: il loro fatturato è cresciuto del 3,6% sul 2023 rispetto al +2% degli altri operatori, registrando un tasso medio di crescita delle vendite tra il 2019 e il 2024 dell'8,4% (+4,9% gli altri). Spicca la marginalità: l'EBIT margin dei discount si attesta nel 2024 al 5,1%, staccando il 2,1% degli altri gruppi, così come per il ROI, al 16,6% (5,6% gli altri operatori). Brillano per vendite le aziende meridionali (+8,4% medio annuo sul 2019), +6% le imprese del Centro Italia, mentre gli operatori del Nord-Est risultano più dinamici di quelli del Nord-Ovest (+5,2% vs +2,9%). Le curiosità nei conti dei singoli operatori Radenza Group ha realizzato la maggiore crescita del fatturato tra il 2019 e il 2024: +13,5% medio annuo, seguita da In's Mercato (+12,1%), Tatò Paride (+10,4%) e Agorà (+10,1%). Nell'ultimo anno primeggiano

Aduc
ITALIA - Gdo italiana: vendite in aumento e trend di crescita, discount sempre più centrali
04/02/2026 07:36

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici (necessari al funzionamento) e, previo consenso, cookie analitici e di terze parti Informativa cookie Nel 2025 la grande distribuzione organizzata italiana a prevalenza alimentare accelera la propria crescita: le vendite aumentano del +4,3% rispetto al 2024, in un contesto di inflazione quasi nulla. Il dato conferma un percorso espansivo ormai consolidato: tra il 2019 e il 2024 il settore ha registrato un incremento complessivo del +30,9%, pari a un tasso medio annuo del +5,5%. Vendite in aumento e trend strutturale di crescita A delineare il quadro è la nuova edizione dell'Osservatorio sulla Gdo dell'Area Studi Mediobanca, che analizza 118 aziende italiane e 30 operatori internazionali, coprendo il 95,8% del mercato nazionale. Nel 2024 il fatturato complessivo del settore raggiunge 109,8 miliardi di euro (Iva esclusa), di cui 13,4 miliardi generati da gruppi a controllo estero. Nel 2025, con inflazione pressoché nulla, si stima una crescita delle vendite della GDO italiana del 4,3% sul 2024, che supera il +2,3% del 2024. Nel 2024 l'aggregato dei maggiori gruppi italiani della GDO a prevalenza alimentare ha realizzato un fatturato netto pari a €109,8 miliardi (IVA esclusa), di cui 13,4 miliardi in capo a operatori a controllo estero (12,2% del totale). Tra il 2019 e il 2024, le vendite sono aumentate del 30,9% con un tasso medio annuo del 5,5%. In crescita i ricavi derivanti da attività promozionali (+4,1% all'anno tra il 2019 e il 2024) pari al 6,5% delle vendite dei dettaglianti; i ricavi immobiliari sono l'1,2%. La GDO conferma l'alta incidenza del costo del lavoro: i costi del personale dei retailer nazionali rappresentano mediamente il 12,5% delle vendite, quelli per trasporti e logistica il 3,1% e i costi dell'energia l'1,9%. Tiene la redditività nel 2024: EBIT margin al 2,7% (2,5% la media dei sei anni, che si confronta con il 4,6% del Food&Beverage), ROI al 7,1% (6% la media vs il 10,5% della GDO non alimentare) spingono gli investimenti (+4,9% sul 2023). Nel quinquennio 2020-2024 gli operatori della GDO nazionale hanno distribuito dividendi per €1,3 miliardi e immesso risorse con aumenti di capitale a pagamento per 691 milioni. Nel 2024 discount non più così irraggiungibili: il loro fatturato è cresciuto del 3,6% sul 2023 rispetto al +2% degli altri operatori, registrando un tasso medio di crescita delle vendite tra il 2019 e il 2024 dell'8,4% (+4,9% gli altri). Spicca la marginalità: l'EBIT margin dei discount si attesta nel 2024 al 5,1%, staccando il 2,1% degli altri gruppi, così come per il ROI, al 16,6% (5,6% gli altri operatori). Brillano per vendite le aziende meridionali (+8,4% medio annuo sul 2019), +6% le imprese del Centro Italia, mentre gli operatori del Nord-Est risultano più dinamici di quelli del Nord-Ovest (+5,2% vs +2,9%). Le curiosità nei conti dei singoli operatori Radenza Group ha realizzato la maggiore crescita del fatturato tra il 2019 e il 2024: +13,5% medio annuo, seguita da In's Mercato (+12,1%), Tatò Paride (+10,4%) e Agorà (+10,1%). Nell'ultimo anno primeggiano

Aduc

Coop Alleanza 3.0

RetailPro (+7,9%), Agorà (+7,8%) e Radenza Group (+6,3%) seguite da SAIT (+5,4%), Eurospin (+5,1%), Selex (+4,6%), Conad e Lidl (entrambe +3,9%). EBIT margin 2024 più elevati per Noto (che controlla AZ) con il 6,5%, i discount Cive (6,1%) ed Eurospin (5,9%); seguono Agorà (5,2%) e l'altro discount Lidl (5%). La classifica per l'indice di redditività del capitale investito (ROI) vede sul podio: Radenza Group con il 20,6%, seguita da MD al 19,6% e Eurospin (18,3%) a cui si avvicinano Cive (16%) e In's Mercato (15,6%). Eurospin si afferma regina di utili cumulati tra il 2019 e il 2024: 1.931,2 milioni, superando Végé a 1.685 milioni e Selex (1.651,5 milioni). PAC 2000 A (Gruppo Conad) è la maggiore cooperativa italiana con vendite nel 2024 pari a 4.902 milioni, seguita da **Coop Alleanza** 3.0 a 3.975 milioni e da Conad Nord Ovest a 3.239 milioni che precede Unicoop Firenze a 3.045 milioni. Il prestito soci del sistema **Coop** passa dagli 8 miliardi del 2019 ai 7,1 miliardi del 2024. Tra il 2019 e il 2024 le **Coop** hanno realizzato proventi finanziari netti per 612 milioni e contabilizzato svalutazioni di titoli e partecipazioni per 707 milioni. Uno sguardo alla Distribuzione Organizzata La quota di mercato dei primi sette operatori nazionali è passata dal 52,2% del 2010 al 71% di ottobre 2025, quota che senza la vivacità della Distribuzione Organizzata sarebbe ferma a circa il 50%. Tra il 2019 il 2025 la market share dei sette gruppi della Distribuzione Organizzata, con esclusione delle due cooperative Conad e **Coop**, è cresciuta di 7,1 punti percentuali, anche grazie all'incremento delle basi associative. Végé è l'operatore che ha attratto il maggior numero di nuovi associati (sette), due dei quali già aderenti ad altre strutture (D.IT e C3). Nel 2024 emerge Agorà, grazie a marginalità (la più elevata del settore, con EBIT margin 5,2% e ROI 14,3%) e vendite, in crescita dal 2019 ad un tasso medio annuo del 10,1%. Il CAGR medio del +6,6% tra 2019 e 2024 è superato anche da Selex (+7,3%) con EBIT margin del 3,3% e ROI al 10,3%. C3 raggiunge un rapporto tra MON e fatturato pari al 3,9%, più alto di quello medio (3,1%), ma resta arretrato in termini di ROI (8%). Nel 2024 si attestano invece sotto la media del segmento i valori di Végé (EBIT margin 2,9% e ROI 9,2%), con un fatturato in crescita del +5,5% medio annuo dal 2019. Ultime per EBIT margin, Crai e Despar (rispettivamente 0,9% e 1,2%); quest'ultima si posiziona in coda anche per ROI (4,3%). Le aziende della Distribuzione Organizzata con fatturato superiore a 500 milioni sono ventisei. Il maggiore incremento di fatturato nel 2024 è stato realizzato da Multicedi (+13,2% sul 2023) e FG Holding (i.e. Magazzini Gabrielli, +12,8%), seguite da Megaholding (Megamark, +12,6%), Retail Evolution (Iperal, +10,8%) e Abbi Holding (+10,7%). Retail Evolution è il primo operatore per EBIT margin (7,6%), seguito da Verofin (Tigros) (7,1%) e F.Ili Lando (5,7%); Gruppo Rossetto presenta l'indice di redditività del capitale investito (ROI) migliore (20,8%), seguita dal Gruppo Unicomm (Arca, GMF Fioroni, Unicomm) e Verofin (Tigros) (entrambe con il 19,7%). Altri 20 associati hanno realizzato nel 2024 un giro d'affari compreso tra i 200 e 500 milioni di euro. Tra questi, la crescita maggiore del fatturato tra il 2023 e il 2024 è stata registrata da 5 Erre (+7,3%), seguita da Sidi Piccolo - Sistema Distributivo Innovativo (+6,7%) e GRD (+5,9%). Nel 2024 ISA Industria Servizi Alimentari emerge in termini di EBIT margin (8,1%); mentre il maggiore ROI è ottenuto da Sisa

Aduc

Coop Alleanza 3.0

Sicilia (18,3% nel 2024), Gambardella (18%) e L'Abbondanza (17,4%). La GDO nel Sud e Isole e nel Triveneto: due modelli di successo Splende per dinamismo e performance l'area del Sud e Isole. Nel 2024 quattro operatori che operano in maniera prevalente nel Sud Italia e Isole hanno superato 1 miliardo di ricavi: Megaholding (2.087 milioni), Conad Adriatico (1.345,3 milioni), Gruppo Arena (1.265,7 milioni) e Multicedi (1.245,5 milioni). Tra gli operatori con più di 200 milioni di ricavi nel 2024, crescita del fatturato double digit tra il 2019 e 2024 per: Radenza Group (+13,5% in media all'anno), Abbi Holding (+13,4%), Sidi Piccolo (+12,8%), Megaholding (+12,1%), Gruppo Arena (+11,6%) e Tatò Paride (+10,4%). Migliori EBIT margin per: Noto (5,3% in media nel 2019-2024), Gruppo Arena (5,1%), ISA - Industria Servizi Agroalimentari (4,6%) e Radenza Group (4,3%) che si distingue anche per miglior ROI (29% medio nel 2019-2024). Forte competitività e attaccamento al territorio contraddistinguono le aziende del Triveneto. Cinque aziende che operano principalmente in Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia superano 1 miliardo di fatturato nel 2024: Gruppo Unicom (3.123,7 milioni), Finbre (2.764,6 milioni), Aspiag Service (2.285,5 milioni), Supermercati Tosano Cerea (1.513,7 milioni) e Alì Group (1.297,3 milioni). Tra gli operatori più grandi (fatturato 2024 maggiore di 200 milioni), ricavi in forte crescita per Supermercati Visotto (CAGR +12,9%), Migross (+10,9%) e Gruppo Rossetto (+10%). Primeggiano per EBIT margin: F.Ili Lando (5,5% medio nel 2019-2024), Supermercati Tosano Cerea (4,9%), Supermercati Visotto (4,8%) e Alì Group (4,3%); mentre per ROI si distinguono Gruppo Rossetto (18,7% medio), Prix Quality (16%) e Migross (14%). I maggiori operatori internazionali Nel 2024 i maggiori retailer internazionali hanno registrato un fatturato che oscilla tra i 649,3 miliardi della statunitense WalMart e i 20,5 miliardi della britannica Wm Morrison. La maggiore proiezione internazionale è della portoghese Jeronimo Martins (80,7%, per due terzi in Polonia), dell'olandese Ahold Delhaize (78,6%), seguita dalla giapponese Seven & i (77,1% principalmente nel Nord America) e dalle francesi Carrefour (53,7%) ed E.Leclerc (46,5%). Il panel internazionale esprime un ROI medio nel 2024 pari al 10,2%, in aumento rispetto al 9,9% del 2023. Quanto a vendite per metro quadro al netto di Iva sul proprio mercato domestico, Esselunga con 16.071 per mq supera tutti i principali operatori internazionali. A distanza le britanniche J Sainsbury (13.924) e Tesco (12.893), le australiane Coles (11.815) e Woolworths (11.694), seguite dalla canadese Empire (11.203). (FoodAffairs.it).

TRC

Area Emilia Romagna

A Pasqua vince la tradizione: la colomba resta la regina (TG delle 06:20)

[CLICCARE SULL'IMMAGINE PER LA RIPRODUZIONE DEL VIDEO] E a Pasqua vince la tradizione sulle tavole degli italiani, come dei modenesi, ci saranno colombe e uova pasquali. A raccontarlo i trend di acquisto registrati da Coop Alleanza Tre zero fra soci e consumatori. Francesca, L'Arca di Noè e la resurrezione. La colomba rappresenta il simbolo dello Spirito Santo e più generalmente l'emblema della speranza e della salvezza. Ed è lei, la Colomba, la regina indiscussa della Pasqua, periodo in cui si conferma vincente sulle tavole. La tradizione. L'ha osservato anche Coop Alleanza Tre Zero, che racconta le abitudini di acquisto di soci e consumatori. offrendo una fotografia dettagliata delle preferenze tra Colombe e Uova. nei negozi della cooperativa lo scorso anno sono stati acquistati prodotti alimentari pertinenti alla Pasqua, pari complessivamente ad oltre due sette milioni di pezzi, di cui più di settecento mila colombe e quasi uno. Quattro milioni di uova di Pasqua, ottocentosessanta

mila pezzi dei cosiddetti soggetti festività, ovvero prevalentemente ovetti e praline. Una tendenza, quella di prediligere la colomba per Pasqua, che confermano anche i clienti di Copi, il servizio di spesa online offerto dalla cooperativa. Le Colombe Pasquali hanno riempito infatti anche i carrelli virtuali e su tutte ha prevalso la colomba classica fior Fiore Coop. La medaglia d'argento, invece, la conquista la Colomba nella versione farcita e ricoperta con quasi duecentosessanta mila pezzi acquistati. Il terzo gradino del podio va invece alla Colomba senza canditi. Una nicchia sostanziosa e quella delle colombe Mini che con i loro cento grammi di bontà sono finite con oltre quarantasei mila pezzi. Nei carrelli di socio. I consumatori italiani. I clienti che hanno preferito la colomba senza glutine, si sono affidati la metà delle volte al marchio Coop della fotografia della cooperativa. Non poteva mancare anche l'Uovo di Pasqua, uno dei prodotti dolci più rappresentativi delle festività, che mette tutti d'accordo dai bambini agli adulti. Lo scorso anno ne sono stati acquistati quasi uno quattro milioni, di cui ottocotrenta mila dedicata ai bimbi e cinquecentotrenta della linea dedicata agli adulti. Per i più piccini vincono neanche a dirlo le uova con sorpresa all'interno. I gusti degli adulti in tema di cioccolato nuova Pasquale, invece, oscillano tra il cioccolato fondente, quello al latte. Il preferito, sia pure di poche qualità, resta quello fondente con ben centonovanta mila pezzi venduti.



SetteSere Qui

Area Emilia Romagna

SOCIETA' | Coop alleanza risponde al caro energia

Le forti tensioni tra Iran, Israele e Stati Uniti stanno scuotendo nuovamente il mercato energetico e le famiglie italiane si trovano di fronte alla possibilità concreta che bollette di luce e gas diventino più care. **Coop Alleanza 3.0**, grazie al brand Accendi luce & gas, ha risposto con due azioni precise: la messa in sicurezza dei clienti Accendi - per l'80% composto da Soci **Coop** - che hanno sottoscritto un'offerta a prezzo variabile sugli indici di mercato a cui viene proposto un cambio piano con un'offerta che blocca il prezzo per 2 anni con quotazioni in linea a quelle di febbraio; ma anche la stessa proposta ai soci ancora non clienti. Questa iniziativa si inserisce nella più ampia politica di Accendi a favore dei soci che negli ultimi 3 anni ha visto Accendi garantire vantaggi per oltre 1 milione di euro ai soci clienti Accendi che hanno trasformato i punti della tessera socio **Coop** in sconti in bolletta.



Imola, tutto pronto per il Premio Marina Garbesi 2026

Sonja Vietto

Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp Telegram Email Copy URL Print Questa edizione è dedicata a Stefania Delendati, vincitrice lo scorso anno, scomparsa nel gennaio scorso, a 49 anni. Per il Giornalismo, Giovanni De Plato, psichiatra, scrittore, editorialista del Corriere della sera di Bologna. Per il Graphic novel, la fumettista svizzera Rina Jost. Sono questi i vincitori della quarta edizione del Premio Marina Garbesi, istituito - col sostegno del Comune di Imola e dell'Associazione Impresa e Professioni - da Ludovico Bellu, un giovane uomo autistico, figlio della giornalista di Repubblica scomparsa il 4 aprile 2021, per promuovere un'informazione rispettosa della disabilità. Due riconoscimenti a opere diversissime tra loro per tecnica espressiva e contenuti, ma ispirate entrambe dall'urgenza di combattere gli stereotipi e i pregiudizi. Giovanni De Plato: l'associazione tra arte e follia e il luogo comune secondo il quale l'artista geniale è sempre un po' "matto". Rina Jost: la convinzione - che spesso aggrava la situazione della famiglia - che chi si occupa di un figlio, un fratello, un genitore sofferente e incapace di badare a sé stesso, debba mettere da parte le proprie angosce e le proprie fragilità in nome della più grande missione che la vita gli ha affidato. La fantasia non è follia e i caregiver non sono eroi. La cerimonia di consegna - La consegna dei riconoscimenti avverrà il prossimo venerdì 10 aprile, alle ore 17 a Imola, nella BIM - biblioteca comunale, in via Emilia 80. Dopo i saluti istituzionali da parte dell'Amministrazione comunale e degli organizzatori, si procederà alla premiazione dei vincitori. Verrà presentato il libro di Rina Jost *Mentre ero via* (Diabolo Edizioni, 2025), alla presenza dell'autrice; a seguire Giovanni De Plato, intervistato dal giornalista Lorenzo Sani, approfondirà il tema della salute mentale, in particolare l'associazione "arte e follia". Le motivazioni - La scelta di Giovanni De Plato, recita la motivazione, è un riconoscimento al "suo contributo, ormai decennale, alla lotta contro i luoghi comuni in tema di salute mentale, in particolare l'associazione "arte e follia" nel racconto delle vite di Van Gogh, Caravaggio e, da ultimo, Edvard Munch. Per essersi battuto ieri per l'abbattimento dei muri fisici delle istituzioni manicomiali e oggi di quelli invisibili che imprigionano le vittime dei pregiudizi. Come clinico, docente di psichiatria e divulgatore si è inoltre impegnato nello studio di casi esemplari "maltrattati" dalla psichiatria, dalla psicologia e dalla psicoterapia". Rina Jost è stata premiata per l'opera di Graphic novel *"Mentre ero via"*, pubblicata da Diabolo Edizioni. Ecco la motivazione: "Per l'originalità, la compiutezza formale e la capacità di affermare l'indicibile attraverso una narrazione mai scontata e manieristica, che si unisce a una ricerca profonda e compiuta nell'uso del segno grafico. Rina Jost, con encomiabile abilità narrativa, accompagna chi legge in un viaggio che attraversa l'intima complessità di chi vive la depressione e il disagio psichico,



Bologna24ore

Area Emilia Romagna

sottolineando, e restituendo, l'assoluta importanza e centralità dei "caregiver", figure che si scontrano con una realtà che non sempre è in grado di comprenderne fragilità e importanza. Il plauso della giuria va anche all'editore, al cui coraggio si deve la pubblicazione di un'opera di così grande valore poetico e sociale". Il Premio punto di riferimento nella difesa dei diritti dei più fragili - - Fin dalla prima edizione, il Premio Garbesi è diventato un punto di riferimento per quanti difendono e raccontano i diritti dei più fragili. Nel 2023 la sezione Giornalismo è stata vinta da Stefano Belisari, in arte Elio delle Storie Tese, Gianluca Nicoletti e Domenico Pesacane (Mimmo Pesce per gli ascoltatori di Tele Lombardia), un artista, un giornalista, un commentatore sportivo, padri di ragazzi autistici uniti dalla volontà di rendere effettiva la consapevolezza della condizione dei loro figli. Il premio per la sezione Graphic novel è andato Leila Marzocchi per l'opera L'ombra non è mai così lontana (Oblomov). Nella seconda edizione, nel 2024, il riconoscimento per la sezione giornalismo è andato a Luigi Manconi. Per il Graphic novel è stato premiato Leonardo Ottoni, un ragazzo autistico imolese di 25 anni, capace - come recitava la motivazione - di "far parlare i colori". Lo scorso anno, il premio è stato assegnato solo per la sezione Giornalismo. E' andato a Stefania Delendati, direttrice di Superando.it, per il suo "impegno a tutela dei diritti delle persone disabili, la cura e la tenacia con cui lo svolge, l'eleganza dello stile, il contributo costante - dal 2024 in qualità di direttrice - che ha dato alla storia ventennale di Superando.it, un organo d'informazione che affronta, e risolve, la questione del linguaggio sulle persone disabili nella pratica quotidiana". Stefania ci ha lasciato a gennaio, a 49 anni. A lei e al suo ricordo sarà dedicata questa quarta edizione. Incontri ed eventi organizzati nell'ambito del Premio - Lo scorso anno l'assegnazione del riconoscimento a Stefania Delendati ha coinciso con un evento rilevante per il giornalismo italiano: l'elaborazione di un "vademecum" che indica ai professionisti dell'informazione come trattare la disabilità in modo corretto, rispettoso delle persone e dei loro diritti. "Comunicare la disabilità. Prima la persona" - questo il titolo - è stato presentato a Imola da Lorenzo Sani, uno degli autori, alla presenza del presidente dell'Ordine nazionale dei giornalisti, Carlo Bartoli, nel corso di un incontro programmatico: "Comunicare la disabilità. L'Osservatorio di Imola". Un "osservatorio" che opera in una città che ha vissuto in prima linea la lotta di Liberazione e poi la lotta per l'affermazione e l'applicazione della riforma Basaglia, cioè l'atto fondativo di quel "prima la persona" che è alla base delle linee-guida dei giornalisti italiani. "Dalla città dei matti alla città di tutti" è stato il titolo dell'ulteriore evento organizzato - lo scorso 19 novembre - nell'Auditorium dell'Osservanza, con un incontro formativo e presentazione del vademecum "Comunicare la salute mentale", curato da Renato D'Argenio e Lorenzo Sani, in collaborazione con Rai per la Sostenibilità-ESG e il Dipartimento di Salute Mentale della ASL Roma 2. Durante l'evento è stato illustrato anche il progetto di trasformazione dell'ex manicomio dell'Osservanza di Imola, reso possibile da un investimento di oltre 20 milioni di euro nell'ambito del PNRR. I numerosi amici del Premio - Oltre che dalle istituzioni locali, il Premio Garbesi ha il sostegno di numerosi amici che, fin dalla prima edizione, hanno dato

Bologna24ore

Area Emilia Romagna

il loro contributo, con le loro parole e la loro arte. Ricordiamo in particolare, il cardinale Matteo Maria Zuppi, arcivescovo di Bologna, Alessandro Bergonzoni e Paolo Fresu. La giuria - La giuria del Premio Garbesi è composta da: Marco Panieri - Sindaco di Imola. Giacomo Gambi - Assessore alla Cultura, Politiche giovanili, Legalità e Pace. Lara Alpi - Direttrice del settimanale Sabato sera. Alfredo Antonaros - In rappresentanza di Ludovico Bellu. Claudio Arrigoni - Giornalista. Vinicio Dall'Ara - Giornalista. Maria Novella De Luca - Inviata de La Repubblica. Arianna Di Pietro - Libraia della libreria Il Mosaico. Simone Fanti - Giornalista, direttore della Fondazione Mantovani-Castorina. Valter Galavotti - Rappresentante dell'Unione regionale associazioni della salute mentale (Urasam). Carlo Lucarelli - Scrittore. Cristina Montanari - Bibliotecaria alla Biblioteca per ragazzi Casa Piani del Comune di Imola. Tania Murenu - Ufficio stampa editoriale e docente. Giovanni Rossi - Consigliere nazionale della FNSI Gabrio Salieri - Presidente dell'Associazione Nazionale partigiani d'Italia (ANPI) di Imola. Chiara Sorbello - Presidente Associazione Impresa e Professioni Igort (Igor Tuveri) - Fumettista, scrittore e regista. Direttore della rivista Linus e di Oblomov Edizioni. Enti sostenitori e patrocinatori - Il Premio si avvale del sostegno del Comune di Imola, dell'Associazione Impresa e Professioni, di **Coop Alleanza** 3.0, del Con.Ami (Consorzio Azienda Multiservizi Intercomunale), della Fondazione Cassa di Risparmio di Imola, di Legacoop Imola e di Asscooper e ha il patrocinio dell'Associazione Nazionale Partigiani Italiani - sezione di Imola, dell'Ordine Nazionale dei Giornalisti, dell'Ordine dei Giornalisti dell'Emilia-Romagna, della Federazione Nazionale della Stampa, dell'Associazione della Stampa dell'Emilia-Romagna e del settimanale sabato sera . Media partner, il quotidiano la Repubblica del gruppo editoriale GEDI. Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp Telegram Email Copy URL Print Sonja Vietto.

Sesto Potere

Area Emilia Romagna

Presentata la tredicesima edizione di Diabetes Marathon, al via il 19 aprile a Forlì

(Sesto Potere) - Forlì - 2 aprile 2026 - Si è svolta mercoledì 1 aprile presso il Salone Comunale di Forlì la conferenza stampa di presentazione della tredicesima edizione di Diabetes Marathon, al via il 19 aprile a Forlì. Sono intervenuti il Dott. Kevin Bravi, Assessore alle Politiche Internazionali, Turismo, Sport, Marketing Territoriale, Politiche del lavoro e dell'occupazione del Comune di Forlì, la Dott.ssa Angelica Sansavini, Assessore al Welfare di comunità, Diritti civili e umani, Politiche per la Casa, il Dott. Francesco Sintoni, Direttore del Distretto Sanitario di Forlì con funzioni di coordinamento dei Distretti della provincia di Forlì-Cesena, Ausl Romagna, il Dott. Giovanni Corona, Direttore Unità Operativa Complessa Endocrinologia e Malattie metaboliche AUSL ROMAGNA, la Dott. ssa Silvia Acquati, Dirigente medico-endocrinologia UO Endocrinologia e Mal. Metabol. AUSL ROMAGNA, Responsabile scientifico Diabetes Marathon ECM, la Dott. ssa Silvia Taroni, Dirigente medico-endocrinologia UO Endocrinologia e Mal. Metabol. AUSL ROMAGNA, Responsabile scientifico Diabetes Marathon Health, la Dott. ssa Alice Rosetti, Presidentessa di Diabetes Marathon ASD. Diabetes Marathon è

da sempre molto più che una manifestazione podistica. Fin dalla sua nascita si è proposta come il racconto corale di un territorio che ha deciso di non lasciare solo chi convive ogni giorno con una malattia invisibile e silenziosa. È una storia che, insieme ai volontari di Diabete Romagna che l'hanno ideata e la organizzano dal 2014 insieme ai suoi sostenitori, attraversa le strade, entra nelle case e si fa comunità, culminando nella grande festa che quest'anno si terrà domenica 19 aprile, quando Piazza Saffi a Forlì tornerà a essere il cuore pulsante di un evento che abbraccia sport, salute e vita con un percorso nei più bei parchi della città. Partecipare all'evento è un gesto di solidarietà e di speranza per partecipare a un rito collettivo di rinascita. Per i bambini che devono imparare a gestire il diabete tra i banchi di scuola e per gli adulti che cercano di non farsi definire dalla loro patologia sentirsi accolti senza dover nascondere la patologia, come spesso accade, è il segnale che una città intera è pronta a correre al loro fianco. Alice Rosetti, neopresidente di Diabetes Marathon ASD, sottolinea la profondità di questo legame: "Diabetes Marathon è molto più di un traguardo sportivo: è la dimostrazione tangibile che nessuno di noi è un'isola. Ogni partecipante all'evento è un battito che si aggiunge al cuore della Romagna. Vedere persone di ogni età e capacità atletica stringersi attorno a noi ci dà la forza di continuare a investire nei nostri progetti, trasformando la fatica nella gioia di un futuro più leggero. Per noi la città di Forlì e l'intera Romagna, che vedrà nel corso dell'anno realizzarsi il concerto Diabetes in Music a Cesena e i due convegni sanitari di Diabetes Marathon Health a Forlì e Rimini, non sono solo lo scenario, ma le protagoniste di un grande abbraccio collettivo. Siamo infinitamente grati alle istituzioni, alle aziende amiche,



04/02/2026 12:11

(Sesto Potere) - Forlì - 2 aprile 2026 - Si è svolta mercoledì 1 aprile presso il Salone Comunale di Forlì la conferenza stampa di presentazione della tredicesima edizione di Diabetes Marathon, al via il 19 aprile a Forlì. Sono intervenuti il Dott. Kevin Bravi, Assessore alle Politiche Internazionali, Turismo, Sport, Marketing Territoriale, Politiche del lavoro e dell'occupazione del Comune di Forlì, la Dott.ssa Angelica Sansavini, Assessore al Welfare di comunità, Diritti civili e umani, Politiche per la Casa, il Dott. Francesco Sintoni, Direttore del Distretto Sanitario di Forlì con funzioni di coordinamento dei Distretti della provincia di Forlì-Cesena, Ausl Romagna, il Dott. Giovanni Corona, Direttore Unità Operativa Complessa Endocrinologia e Malattie metaboliche AUSL ROMAGNA, la Dott. ssa Silvia Acquati, Dirigente medico-endocrinologia UO Endocrinologia e Mal. Metabol. AUSL ROMAGNA, Responsabile scientifico Diabetes Marathon ECM, la Dott. ssa Silvia Taroni, Dirigente medico-endocrinologia UO Endocrinologia e Mal. Metabol. AUSL ROMAGNA, Responsabile scientifico Diabetes Marathon Health, la Dott. ssa Alice Rosetti, Presidentessa di Diabetes Marathon ASD. Diabetes Marathon è da sempre molto più che una manifestazione podistica. Fin dalla sua nascita si è proposta come il racconto corale di un territorio che ha deciso di non lasciare solo chi convive ogni giorno con una malattia invisibile e silenziosa. È una storia che, insieme ai volontari di Diabete Romagna che l'hanno ideata e la organizzano dal 2014 insieme ai suoi sostenitori, attraversa le strade, entra nelle case e si fa comunità, culminando nella grande festa che quest'anno si terrà domenica 19 aprile, quando Piazza Saffi a Forlì tornerà a essere il cuore pulsante di un evento

Sesto Potere

Area Emilia Romagna

ai nostri volontari, ai partecipanti all'evento perché solo insieme possiamo costruire un mondo in cui il diabete non abbia più potere di decidere della vita di nessuno." Il 19 aprile i partecipanti potranno godere del verde dei più importanti parchi cittadini della città di Forlì, grande protagonista dell'evento, con due percorsi, uno di 10 km e uno di 6,5 km studiati per ogni esigenza: dai podisti competitivi ai camminatori, fino alle famiglie. Fulcro dell'evento sarà il Diabetes Marathon Village in Piazza Saffi, dove grazie alla storica collaborazione con Technogym, la Wellness Foundation, Forlifarma e le infermiere della diabetologia dell'Ospedale Morgagni Pierantoni di Forlì sarà allestito un corner dedicato alla prevenzione in cui sarà possibile effettuare la misurazione della glicemia. In concomitanza con Diabetes Marathon 2026, la Wellness Foundation, organizzazione non profit fondata dal presidente di Technogym Nerio Alessandri, lancia una nuova campagna di prevenzione del diabete intitolata DIA-BEAT realizzata in stretta collaborazione con AUSL Romagna, Diabete Romagna, con il supporto di Technogym e con il coinvolgimento di farmacie, palestre della salute e strutture sanitarie del territorio. La campagna si svolgerà nelle province di Forlì-Cesena e Rimini nei mesi di aprile e maggio e si pone come progetto pilota per aumentare il grado di conoscenza della popolazione sull'importanza dell'esercizio fisico e dei corretti stili di vita per la prevenzione delle patologie croniche e del diabete di tipo 2. La campagna mira a diffondere una cultura della longevità sana offrendo ai cittadini l'accesso gratuito ad attività di screening della glicemia per identificare le persone a rischio diabete e test di valutazione funzionale con Technogym Checkup per promuovere cambiamenti nello stile di vita, in particolare delle persone sedentarie. La tappa forlivese di Diabetes Marathon del 19 aprile rappresenta solo l'inizio di un percorso corale che attraverserà la Romagna durante tutto il 2026. Diabetes in Music "Memorial Bob" a Cesena il 2 luglio, l'evento musicale che unisce l'arte alla raccolta fondi con la direzione artistica del Maestro Christian Rossi. Diabetes Marathon ECM, 3 ottobre, presso il Salone Comunale di Forlì, corso di formazione per professionisti sanitari, Resp. scientifico Dott.ssa Silvia Acquati. Diabetes Marathon Health all'SGR di Rimini, il 7 novembre, una giornata dedicata alla formazione e alla divulgazione delle ultime scoperte scientifiche, Resp. scientifico Dott.ssa Silvia Taroni. Mentre la macchina organizzativa lavora agli ultimi dettagli tecnici e al ricco programma di eventi, la cittadinanza è chiamata a dare il proprio sostegno. Diabetes Marathon 2026 è pronta a scrivere un nuovo capitolo di questa storia fatta di coraggio e sorrisi. "Rinnovare anche quest'anno il sostegno alla Diabetes Marathon per noi rappresenta una scelta naturale, coerente con il nostro impegno quotidiano nello sviluppare prodotti sempre più inclusivi, capaci di rispondere concretamente ai bisogni reali delle persone, commenta Michelangelo Livio Spadoni, direttore commerciale e marketing di Molino Spadoni, un'occasione per contribuire a diffondere consapevolezza, ma anche creare occasioni di dialogo e ascolto per indirizzare al meglio la nostra ricerca." La manifestazione è resa possibile grazie al supporto delle istituzioni, dei volontari, delle associazioni e delle realtà amiche che in queste settimane stanno confermando la loro adesione al progetto, in particolare: Antico Forno della Romagna, Formula Ambiente, Martini, Molino Spadoni, Technogym e Wellness Foundation,

Sesto Potere

Area Emilia Romagna

Forlifarma, Coop Alleanza 3.0, Jingold, Alliance Farmacie Comunali, Boots, Brico Io e Idrozeta, FP Trasmissioni, Olitalia, Ceracarta, Forlì Ambiente, Dorelan, Start Romagna, Comaco Italiana, Plastisavio, Rete Servizi Agricoltura, the web factory. Ad ogni partecipante, salvo esaurimento, verrà consegnata maglia dell'evento e pacco partecipazione con prodotti delle aziende amiche. Qui link per partecipare: <https://www.diabetesmarathon.it/iscrizioni/>. Per contattare l'associazione.

TGR Friuli Venezia Giulia Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

Una colomba in carcere (TG delle 19:30)

[CLICCARE SULL'IMMAGINE PER LA RIPRODUZIONE DEL VIDEO] una colomba per addolcire la Pasqua dei detenuti nel carcere di Udine. Ma dietro il gesto resta una situazione critica. Livia Liberatore una colomba per rendere la Pasqua un po' più dolce a consegnare il tradizionale dono di Coop Alleanza Tre Zero. Al carcere di Udine, con l'associazione Icaro Volontariato Giustizia. C'era anche il Garante dei diritti dei detenuti, Andrea Sandra, che ha sottolineato i gravi problemi che la Casa circondariale vivrà durante la Pasqua. Il sovraffollamento, infatti, all'ultima rilevazione risultano più di centosettanta detenuti su una capienza di ottantanove. Porta con sé anche criticità dal punto di vista sanitario, La mancanza di personale e gli infortuni purtroppo accadono. E quindi, insomma, purtroppo non si riesce a essere tempestivi, soprattutto in alcune in alcuni momenti della giornata, soprattutto nelle ore notturne, ma anche nei giorni festivi. È difficile che riusciamo a sopperire alle esigenze e ai bisogni di sanità fisica che si possono verificare in carcere. Il problema della salute mentale esiste, ma Udine è ben gestito afferma Sandra. Il tema più preoccupante è quello della salute fisica. Ci sono problematiche importanti che sottoponiamo sempre all'attenzione delle autorità sanitarie. Ho avuto l'opportunità di parlare con le autorità sanitarie. Mi hanno promesso che ci saranno delle novità importanti, come l'introduzione di nuovo personale. Sulle dodici sulle ventiquattro ore presenti in carcere migliorano invece i luoghi del carcere. Ristrutturati, gli spazi educativi e la biblioteca. A buon punto l'intervento sul teatro. L'infermeria dovrà essere spostata al piano terra. Si conta di finire i lavori entro l'anno.



Messaggero Veneto

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

il bilancio di coop 3.0

Donazioni per 51 mila euro con panettoni e buoni spesa

Lo scorso Natale, in Fvg, è stato all'insegna della solidarietà, che ha unito convenienza e attenzione alla comunità locale. Lo raccontano anche i numeri di "Prendi1, doniamo1", l'iniziativa **Coop**, che, dal 18 al 24 dicembre, ha trasformato un gesto semplice, come comprare un panettone o un pandoro **Coop** nei negozi della Cooperativa o su EasyCoop, in un aiuto concreto per chi ne ha più bisogno. I risultati dell'iniziativa sono stati illustrati ieri, nella sede udinese della Regione. Presenti insieme al presidente di **Coop Alleanza** 3.0, Domenico Trombone, Mauro Bordin, presidente del consiglio regionale, e i rappresentanti delle 26 associazioni beneficiarie su tutto il territorio del Friuli Venezia Giulia. A queste realtà sono state simbolicamente consegnate le donazioni di "Prendi1, doniamo1". Grazie alla generosità dei soci della Cooperativa sono stati donati 2.500 panettoni e più di 122 mila euro di buoni spesa a 26 associazioni ed enti del territorio, divisi nelle singole province come di seguito. A Udine sono stati regalati oltre 700 panettoni e più di 51 mila euro di buoni spesa a 12 associazioni ed enti. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.



Le colombe di Pasqua a chi è recluso nel carcere di Udine

Il dolce è stato portato in via Spalato dal garante dei detenuti Andrea Sandra Video Player Anche quest'anno si rinnova la tradizione del dono delle colombe pasquali a chi è recluso nel carcere di Udine. A portare i dolci, messi a disposizione da Alleanza **Coop** 3.0, è stato il garante dei detenuti del capoluogo friulano, l'avvocato Andrea Sandra. Il sovraffollamento resta il problema principale della casa circondariale udinese e restano le problematiche sanitarie. Un'occasione, questa, per fare il punto sulla situazione della struttura penitenziaria.



Trm Tv

Area Sud e Isole

Matera, nasce "Primavera Letteraria" al Centro Mongolfiera di Venusio

Cinque appuntamenti con autori lucani tra libri, cultura e degustazioni Nasce a Matera "Primavera Letteraria", la nuova rassegna culturale promossa da **Coop Alleanza 3.0** e Altrimedia Edizioni, in programma da aprile a giugno presso il Corner Librerie del Centro Commerciale Mongolfiera di Venusio. L'iniziativa prevede cinque appuntamenti dedicati alla narrativa, fotografia e temi sociali, con protagonisti autori del territorio lucano e momenti di degustazione finale. Ad aprire il calendario, il 10 aprile, sarà la presentazione del libro "Si fa presto a dire domani" di Adele Paolicelli, una raccolta di racconti che affronta i temi dell'inclusione, del rapporto con l'altro e delle fragilità umane, tra speranza e incertezza per il futuro. Seguiranno altri incontri con opere e autori locali: il 24 aprile "Teorema Boikena" di Giuseppe Dalessandro, l'8 maggio "Cara Dea" a cura dell'Associazione Dea per sempre, il 15 maggio "Murgia a cancelli" con fotografie di Annachiara Molinari e testi di Maurizio Camerini, e il 26 giugno "Come in un film" di Anna Giammetta. La rassegna si propone come uno spazio di incontro tra editoria e comunità, con l'obiettivo di promuovere la lettura e valorizzare il panorama culturale locale in un contesto accessibile e partecipato. Redazione Web.



Gazzetta di Modena

Controllate e partecipate

Le imprese e la sfida di trovare il valore nell'epoca dell'AI

L'ultima pubblicazione del filosofo francese Goux spunto per un convegno su temi con più punti di vista

Con quali mezzi e con quali strumenti oggi le imprese italiane possono attrarre e coinvolgere i giovani?

Dell'esigenza di trasformazione delle relazioni industriali, essenziale in questo momento di carenza di lavoratori in quasi tutti i settori della nostra economia, hanno parlato nel corso del convegno Gioco e Lavoro: l'impresa e il suo valore i relatori: Ormes Corradini (presidente di SCE Group e della Fondazione ITS Maker Academy), Sergio Dalla Val (cifrante, brainworker, presidente dell'Associazione culturale Progetto Emilia Romagna e autore del libro In direzione della cifra), Andrea Franceschelli (vice presidente di Due Torri Spa, di One Express Italia Spa e dei Giovani Imprenditori di Confindustria Emilia Area Centro), Paolo Moscatti (presidente di SIDEIUS Srl. e vicepresidente di ASSOTIC), Rosamaria Papaleo (segretaria generale della CISL Emilia Centrale), Francesco Vitale (professore ordinario di Estetica all'Università di Salerno, membro del comitato scientifico della Oxford Literature Review e autore del libro Biodeconstruction. Jacques Derrida and the Life Sciences), Gian Luigi Zaina (presidente del maglificio Della Rovere e vice presidente nazionale di Piccola Industria Confindustria) e Paolo Zanca (assessore a Rapporti con le partecipate, Lavoro, Formazione professionale, Promozione economica e attrattività, Commercio, Suap, Agricoltura, Artigianato, Pmi e Cooperazione del Comune di Modena), con l'introduzione di Marco Moscatti (CEO di SIDEIUS Srl.

e presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Emilia Area Centro) e la dizione scientifica di Anna Spadafora (psicanalista, brainworker, direttore editoriale del magazine La città del secondo rinascimento).

Il convegno, con il patrocinio della Regione Emilia-Romagna, del Comune e della Camera di Commercio di Modena, è stato promosso dai Giovani Imprenditori di Confindustria Emilia Area Centro e dall'Associazione culturale Progetto Emilia Romagna, con il sostegno di Assicoop UnipolSai Modena&Ferrara, SIDEIUS Srl e Skillantis Società Benefit.

In un momento in cui sono i lavoratori a scegliersi l'imprenditore, e non viceversa, occorre chiedersi qual è l'impresa che nell'era dell'AI giunge al valore, non solo finanziario, ma anche intellettuale, e quali sono i collaboratori che scommettono nella riuscita dell'impresa, insieme all'imprenditore, dando così un contributo al raggiungimento del valore.

Con la pubblicazione del primo libro del Capitale di Karl Marx, nel 1867, si è aperto il dibattito intorno alla funzione del lavoro nella determinazione del valore di una merce, intendendo il lavoro



Gazzetta di Modena

Controllate e partecipate

come quantità di sacrificio necessario alla sua produzione. Ma, paradossalmente, introducendo il concetto di valore aggiunto, lo stesso Marx ha posto l'accento su qualcosa che sfugge a qualsiasi possibilità di calcolo matematico del valore assoluto.

Il libro del filosofo francese Jean-Joseph Goux, *Freud, Marx. Economia e simbolico* di recente pubblicato in Italia da Spirali (da cui prende spunto questo convegno) esplora la funzione simbolica e le nozioni di valore e di scambio che essa implica. E trova che l'equivalente generale, in cui si esprime il valore di tutte le merci porta alla dissoluzione del capitalismo tradizionale.

Come fare quindi della durata del lavoro la misura del valore, dopo avere constatato che l'equivalente generale non regge più? E come può essere considerato oggi il lavoro?

Ciò che sta registrando l'Occidente negli ultimi decenni con la cosiddetta fine del lavoro (come intitolava un suo libro Jeremy Rifkin nel 1995) e con l'avvento delle Grandi dimissioni era implicito nel messaggio di Jean-Joseph Goux quando auspicava un nuovo modo di organizzare la produzione e la società.

Forse, un altro capitalismo si sta profilando all'orizzonte in risposta al problema della carenza di personale avvertito soprattutto da chi continua a chiamare i collaboratori risorse umane, espressione edulcorata di forza-lavoro.

Quello che occorrerebbe promuovere invece è un capitalismo in cui l'impresa sia la base di una società di brainworkers, lavoratori intellettuali, anziché meri esecutori.

Se c'è una cosa che ci ha insegnato il Rinascimento con le sue botteghe di cui le nostre PMI sono eredi è proprio che non esiste il lavoro senza il simbolico come effetto della combinazione di scienza, tecnica, arte e cultura. E non esiste il lavoro senza il gioco, che non ha bisogno di essere relegato alle ore di relax, in alternativa e in antitesi al lavoro, ma è un aspetto imprescindibile della produzione di valore, come suggeriva Steve Jobs.

Sta qui, allora, il contributo di Goux alla nascita di un altro capitalismo, in cui ciascuno trova un'opportunità per divenire protagonista dell'impresa, valorizzando il proprio talento, un capitalismo che prende avvio da un nuovo modo di organizzare, quindi di parlare, di fare, di scrivere e di vivere.

La Nuova di Venezia e Mestre Controllate e partecipate

il caso

Estorsione su un incidente: Loris Trabujo a processo

Il trasportatore prese a schiaffi un comandante della flotta che controllava per costringerlo a pagare più di diecimila euro di danni dopo uno scontro nautico

ROBERTA DE ROSSI

Roberta De Rossi / venezia Collegato in videoconferenza dal carcere di Tolmezzo - dove sta scontando la condanna a vent'anni con l'accusa di essere stato ai vertici della Mala del Tronchetto, riconosciuta come mafia tutta veneziana dalla Cassazione - ieri l'ex trasportatore Loris Trabujo ha partecipato al processo davanti alla giudice Michela Rizzi, che lo vede imputato di estorsione.

In questo caso non c'entra la Mala. Il processo si svolge attorno a un incidente nautico che nel luglio del 2019 ha visto coinvolto uno dei motoscafi della flotta di Trabujo, intestato alla figlia Pamela. L'imbarcazione stava navigando in Canal Grande, quando all'improvviso aveva colpito un vaporetto Actv. Alla guida - per l'accusa - non c'era il pilota (pure a bordo), ma il giovane nipote di Sara Battagliarini, all'epoca compagna di Trabujo, ufficialmente "mozzo" per l'estate.

In quell'incidente, il motoscafo in legno era rimasto gravemente danneggiato nell'impatto. Trabujo - secondo il capo d'accusa di estorsione - aveva a quel punto «colpito a schiaffi e pugni» il suo pilota, «lo minacciava di ulteriori violenza, tanto da indurlo anche al licenziamento, costringendolo a consegnargli novemila euro quale fantomatico risarcimento dei danni e 1.400 euro per sedicenti contributi previdenziali, in tal modo procurando a sé un ingiusto profitto con altrui danni». Estorsione, appunto.

Quell'incidente era stato seguito in diretta dai carabinieri del Ros, che stavano indagando proprio sulla Mala del Tronchetto e avevano messo sotto intercettazione - d'intesa con il pm Giovanni Zorzi - i cellulari di Loris Trabujo e della sua compagna.

Al banco dei testimoni è stato così chiamato l'allora comandante del Ros colonnello Enrico Risottino (ora alla guida del Gruppo Ambiente dei carabinieri per il Nordest). Quando il comandante ha fatto cenno alle intercettazioni, la legale di Trabujo - l'avvocata Stefania Pattarello - ha obiettato che agli atti del processo non c'era traccia di quelle intercettazioni. La giudice ne ha così ordinato l'acquisizione, rinviando il processo al prossimo 20 settembre. Il comandante Risottino non ha - per ora - potuto dire cosa ha "sentito" di quell'incidente, di come alla guida ci fosse un minore, delle minacce seguite al pilota, che hanno portato alla contestazione di estorsione. Se ne riparerà a settembre. Nel frattempo è caduta - perché è stata ritirata dall'azienda la querela presentata da Avm-Actv - una seconda accusa di truffa, che era stata contestata per una ricostruzione presuntamente contraffatta nella quale si indicava una manovra errata da parte del pilota del mezzo Actv, come causa dell'incidente, inducendo l'assicurazione UnipolSai a risarcire i danni. Ma l'accusa, appunto, è venuta meno. - © RIPRODUZIONE RISERVATA

Loris Trabujo L'udienza al processo di ieri.



La Nazione (ed. Firenze) Controllate e partecipate

Vita di club

Uno spettacolo per tre progetti di solidarietà

CATERINA CECCUTI

Caterina Ceccuti Emozione, spettacolo, solidarietà. Ci sarà da divertirsi - e anche da fare del bene - martedì 14 aprile alle 20,30, quando il Cinema La Compagnia di Firenze ospiterà «Affittasi una storia disordinata», spettacolo teatrale-musicale con la regia di Enrico Vanadia, promosso dal Lions Club Firenze Michelangelo con il patrocinio della Regione Toscana.

Un appuntamento che coinvolgerà il pubblico non solo sul piano artistico, ma anche e soprattutto su quello umano e solidale. «L'iniziativa - spiega il presidente Lions Fabio Bacci - ha l'obiettivo di trasformare una serata di cultura in un aiuto reale per tre importanti realtà del territorio.

Il ricavato contribuirà a sostenere la Scuola Nazionale Cani Guida per Ciechi di Scandicci, con la donazione di quattro cuccioli, il progetto promosso dal governatore del Distretto Lions 108LA della Toscana Gilberto Tuccinardi 'I Lions per ISPRO', e la Fondazione Casa Marta ETS, impegnata nel completamento del primo hospice pediatrico della Toscana». Lo spettacolo si presenta come il sequel del celebre musical

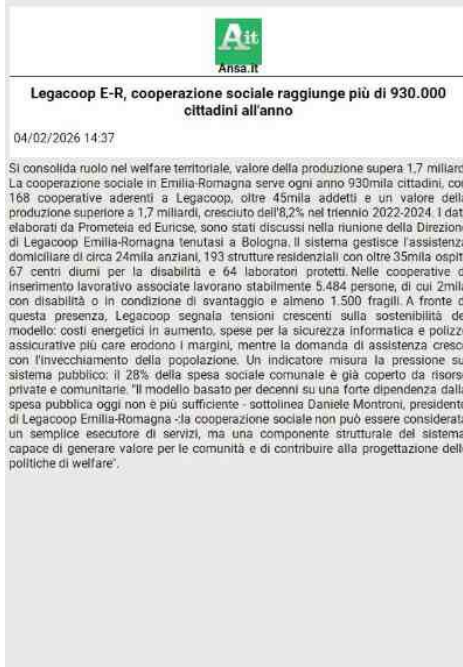
«Rent» di fine anni Ottanta e accompagna il pubblico vent'anni dopo le vicende originali. Con musiche e testi inediti in lingua italiana, «Affittasi una storia disordinata» racconta il confronto, spesso spiazzante ma profondamente vero, tra i sogni della giovinezza e la realtà dell'età adulta. Tra ironia, nostalgia, sorrisi e un po' di inevitabile commozione, i protagonisti si ritrovano a fare i conti con ciò che sono diventati e con i desideri rimasti in sospeso. A rendere possibile la serata è la Compagnia senza Rete, che ha offerto lo spettacolo a titolo gratuito, ed il contributo di **Unipol Assicurazioni Spa**.

Info e prenotazioni: 347.7878580, 338.3308605, eventimichelangelo@gmail.com.



Legacoop E-R, cooperazione sociale raggiunge più di 930.000 cittadini all'anno

Si consolida ruolo nel welfare territoriale, valore della produzione supera 1,7 miliardi La cooperazione sociale in Emilia-Romagna serve ogni anno 930mila cittadini, con 168 cooperative aderenti a **Legacoop**, oltre 45mila addetti e un valore della produzione superiore a 1,7 miliardi, cresciuto dell'8,2% nel triennio 2022-2024. I dati, elaborati da Prometeia ed Euricse, sono stati discussi nella riunione della Direzione di **Legacoop** Emilia-Romagna tenutasi a Bologna. Il sistema gestisce l'assistenza domiciliare di circa 24mila anziani, 193 strutture residenziali con oltre 35mila ospiti, 67 centri diurni per la disabilità e 64 laboratori protetti. Nelle cooperative di inserimento lavorativo associate lavorano stabilmente 5.484 persone, di cui 2mila con disabilità o in condizione di svantaggio e almeno 1.500 fragili. A fronte di questa presenza, **Legacoop** segnala tensioni crescenti sulla sostenibilità del modello: costi energetici in aumento, spese per la sicurezza informatica e polizze assicurative più care erodono i margini, mentre la domanda di assistenza cresce con l'invecchiamento della popolazione. Un indicatore misura la pressione sul sistema pubblico: il 28% della spesa sociale comunale è già coperto da risorse private e comunitarie. "Il modello basato per decenni su una forte dipendenza dalla spesa pubblica oggi non è più sufficiente - sottolinea Daniele Montroni, presidente di **Legacoop** Emilia-Romagna - la cooperazione sociale non può essere considerata un semplice esecutore di servizi, ma una componente strutturale del sistema, capace di generare valore per le comunità e di contribuire alla progettazione delle politiche di welfare".



The image shows a screenshot of a news article from Ansa.it. At the top right is the Ansa.it logo. Below it is the article title: "Legacoop E-R, cooperazione sociale raggiunge più di 930.000 cittadini all'anno". The date and time are "04/02/2026 14:37". The main text of the article is visible, starting with "Si consolida ruolo nel welfare territoriale, valore della produzione supera 1,7 miliardi". The text continues with details about the cooperative's impact in Emilia-Romagna, including the number of citizens served, cooperatives, and production value. It also mentions the challenges of sustainability, such as rising energy costs and the need for social support. The article concludes with a quote from Daniele Montroni, president of Legacoop Emilia-Romagna, emphasizing the cooperative's role as a structural component of the welfare system.

La Nuova Ferrara Coop e Cooperazione

«India, Australia e Cina sono i veri snodi decisivi dell'agroalimentare»

L'incontro di Legacoop Estense sul ruolo strategico delle cooperative

Modena Si è svolta mercoledì nella sede di Salumifici GranTerre, a Modena, l'iniziativa "Europa e mercati globali: quali sfide per le filiere cooperative?": una mattinata di confronto strategico tra le cooperative dell'agroalimentare e della pesca dell'Emilia-Romagna e la rappresentanza politica regionale ed europea, organizzata da **Legacoop** Estense. Ospiti l'assessore regionale Alessio Mammi e gli europarlamentari Stefano Bonaccini e Giuseppe Lupo.

«Un'occasione per condividere le istanze delle filiere - ha dichiarato il presidente di **Legacoop** Estense, Paolo Barbieri - al fine di rafforzare la competitività del modello cooperativo e garantirne il posizionamento distintivo sui mercati internazionali.

La dimensione regionale ed europea sono, sempre di più, gli orizzonti di riferimento delle nostre associate che operano in questi settori e, come associazione di rappresentanza, ci impegniamo a dialogare in modo continuativo con interlocutori politici e istituzionali a questi livelli.

Come sintetizzato dalla responsabile del settore agroalimentare di **Legacoop** Estense, Ilaria Franchini, che ha moderato il dibattito, «difendere il modello agricolo cooperativo significa costruire una politica agricola post 2027 che riconosca la centralità delle Regioni e assicuri stabilità e strumenti adeguati alla competitività delle nostre filiere cooperative. Il Pacchetto Vino è un passo avanti, ma servono tempi certi e un'applicazione uniforme.

In uno scenario globale in rapido mutamento, mercati come India, Mercosur, Australia e Cina sono snodi strategici per il futuro dell'agroalimentare: vanno presidiati con rigore, chiedendo reciprocità sugli standard e condizioni eque di confronto. In questo percorso, **Legacoop** può essere il ponte che guida le cooperative verso l'Europa e il mondo, trasformando il radicamento locale in una leva globale di crescita e innovazione». Bonaccini è intervenuto in merito al nuovo accordo sulle pratiche sleali, evidenziando come «un atto tecnico sia stato trasformato in uno strumento di giustizia economica: oggi l'Europa dimostra di saper ascoltare e agire in fretta. Garantiamo agli agricoltori una tutela reale contro le pratiche commerciali sleali, rafforzando i poteri delle autorità nazionali e colpendo gli abusi. È un segnale forte: chi produce valore non deve più essere costretto a subire comportamenti ingiusti da parte dei grandi acquirenti. Una filiera equa, trasparente e libera dallo sfruttamento è la condizione minima per costruire competitività». L'assessore Mammi ha rimarcato invece la centralità delle regioni, in quanto «le nostre filiere agroalimentari devono poter competere sui mercati internazionali con regole chiare e strumenti adeguati: promozione, aggregazione e qualità sono la chiave per portare il valore del modello emiliano romagnolo nel mondo». A concludere l'iniziativa è stato l'intervento del presidente



La Nuova Ferrara

Coop e Cooperazione

di **Legacoop** Emilia-Romagna, Daniele Montroni, che ha rimarcato la necessità di investire nelle filiere, al fine di consentire alle cooperative del settore agroalimentare di attrezzarsi e strutturarsi per affrontare le sfide che stanno oltre ai mercati europei. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Resto del Carlino (ed. Forlì)

Coop e Cooperazione

Cna: «A rischio 3mila imprese con 15mila dipendenti in provincia»

Anche Legacoop protesta per i rincari nel settore dell'agricoltura

M. S.

Cna lancia l'allarme sulle molteplici criticità che stanno colpendo le piccole imprese della provincia. Al caro carburante si aggiungono infatti gli aumenti delle materie prime e dei costi energetici.

«Nella nostra provincia sono a rischio 3.000 imprese, che impiegano poco meno di 15.000 addetti», mette in guardia Franco Napolitano, direttore generale di Cna Forlì-Cesena.

L'impatto più consistente potrebbero subirlo le aziende della manifattura, la cui attività richiede un grosso consumo di energia. Da non sottovalutare la situazione di imprese come lavanderie, centri estetici e vetrerie, per le quali la voce energia ha un'incidenza sui costi totali che va dal 12 al 40%.

Resta centrale, inoltre, il problema del crescente prezzo dei carburanti, che sta mettendo in ginocchio le aziende operanti nel settore del trasporto.

Queste ultime non riescono più ad assorbire l'incremento dei prezzi e, senza interventi da parte del Governo, i rischi sono «la riduzione dei servizi, l'aumento delle tariffe per l'utenza finale e, nei casi più critici, la cessazione delle attività di molti operatori locali». Altri comparti messi a dura prova sono quelli della trasformazione alimentare e della meccanica.

Legacoop parla di «ennesimo shock esogeno sull'economia nel giro di pochi anni, dopo la pandemia, la guerra in Ucraina e l'alluvione». E ha rilanciato le voci delle cooperative agricole, come Apofruit o Terre Cevico, che notano come «il gasolio agricolo sia schizzato da 0,67 euro al litro fino a 1,38 euro». «Il costo del trasporto è aumentato del 10%. Il costo medio per container è raddoppiato, raggiungendo i 10mila euro». E ancora: «Si prevede un aumento di oltre il 20% dei costi energetici legati alla produzione». «Il disastro dell'avventura militare in Iran è sotto gli occhi di tutti. E l'aumento dei costi - avverte il presidente di **Legacoop** Romagna Paolo Lucchi - sarebbe sufficiente a mettere in ginocchio qualsiasi comparto».

m. s.



La Nazione (ed. Umbria) Coop e Cooperazione

SERVIZIO CIVILE UNIVERSALE

L'opportunità Legacoop Umbria apre a 198 giovani: c'è tempo fino all'8 aprile

C'è tempo fino alle 14 dell'8 aprile per candidarsi al nuovo bando del servizio civile universale con **Legacoop** Umbria, che offre a 193 giovani l'opportunità di vivere un anno intenso, dedicato alla crescita personale, all'impegno civico e all'acquisizione di competenze spendibili nel mondo del lavoro.

Il Servizio civile universale si conferma come una delle esperienze più significative per i giovani tra i 18 e i 29 anni non compiuti, rappresentando un'occasione concreta per mettersi in gioco, sentirsi parte attiva della comunità e contribuire al bene comune. Non si tratta soltanto di un percorso di volontariato, ma di un vero e proprio investimento su sé stessi e sul proprio futuro, capace di unire formazione, responsabilità e consapevolezza. «I giovani che scelgono questa esperienza - sottolinea Andrea Radicchi, responsabile del servizio civile per **Legacoop** Umbria - entrano in un sistema cooperativo che mette al centro le persone e le relazioni. È un'esperienza che consente loro di crescere non solo dal

punto di vista professionale, ma anche umano, grazie al contatto diretto con operatori, educatori. Il valore aggiunto della cooperazione sta proprio in questo: accompagnare i ragazzi in un percorso che li prepara e li responsabilizza per il loro futuro». I volontari saranno coinvolti nei progetti dedicati ad anziani, adulti, bambini, cultura, ambiti in cui potranno sperimentarsi in prima persona e contribuire concretamente al miglioramento della qualità della vita delle comunità. Dall'assistenza alle persone fragili, alla tutela del patrimonio culturale e ambientale, fino all'educazione e alla promozione della cittadinanza attiva, ogni progetto rappresenta un'opportunità per sviluppare competenze trasversali e professionali, richieste nel mercato del lavoro».



SetteSere Qui

Coop e Cooperazione

setteserequi IMPRESE | Per la cooperativa di Bagnacavallo prodotte circa 1 milione di confezioni

Pasqua un po' sottotono, ma le colombe Deco volano

Le colombe della cooperativa Deco di Bagnacavallo volano anche in una Pasqua un po' sottotono per il mercato agroalimentare che sta risentendo di diversi fattori negativi. Il dolce tradizionale del periodo per antonomasia prodotto in provincia di Ravenna però mantiene quote di mercato importanti sia in Italia che anche in alcuni paesi europei.

«All'inizio della campagna il mercato delle colombe di Pasqua 2026 stimava una crescita intorno al 4% rispetto all'anno precedente, attestandolo su un valore di produzione superiore ai 90 milioni di euro - sottolinea Gabriele Innocenti, direttore commerciale di Deco Industrie, la grande cooperativa con sede centrale a Bagnacavallo -. Anche per l'export si stimava un incremento vs il pari periodo al 5% per un controvalore di 4,5 milioni di euro, con un aumento del prezzo medio del 6%, dovuto soprattutto per il settore artigianale dove i prezzi rimangono ancora su una fascia da premium price tra i 30/40 euro. La colomba Artigianale e la colomba pre /ricorrenza (cellophane) registrano anche quest'anno sempre più importanza negli acquisti cosiddetti di impulso.

Purtroppo per il clima e la Pasqua cosiddetta bassa, questi trend di crescita non sono assolutamente stati confermati per il mercato italiano e la distribuzione è in forte difficoltà a mantenere le vendite sviluppate nello scorso anno».

La cooperativa Deco vende direttamente in Italia e in Europa, oltre a produrre anche per alcuni marchi discount come Aldi, Penny Market, Despar, non invece per i grandi marchi cooperativi come **Coop** e Conad. Per un cambiamento climatico degli ultimi giorni e l'anticipo di alcune attività promozionali della maggior parte della distribuzione, ci sono stati degli incrementi nelle vendite ma non compenseranno totalmente i volumi previsti precedentemente.

«Deco industrie, a differenza dell'andamento del mercato, così come per il periodo natalizio 2025, anche per la produzione delle colombe, ha registrato trend di crescita molto importanti, raggiungendo circa 1 milione di confezioni prodotte, sia per il mercato italiano che estero» sottolinea infine Innocenti.



Il Tirreno

Coop e Cooperazione

Un piccolo manufatto di legno per la pace Unicoop Firenze e l'artigianato di Betlemme

In vendita nei supermercati: un gesto di solidarietà concreta al popolo palestinese

Unicoop Firenze sostiene il Piccirillo Handcraft Center di Betlemme con la vendita di manufatti in legno realizzati da giovani, donne e persone con disabilità. L'intero ricavato di vendita andrà a sostegno delle attività e dei percorsi di inclusione del centro. Lanciare un messaggio di pace e far arrivare un gesto di solidarietà concreta al territorio palestinese: nel periodo pasquale, **Unicoop Firenze** sostiene il Piccirillo Handcraft Center di Betlemme con la vendita di portachiavi in legno d'ulivo, realizzati a mano degli artigiani di Betlemme. I manufatti " Forme di pace ", in vendita nei principali supermercati di **Unicoop Firenze**, sono scolpiti a mano dagli artigiani di Betlemme con legno raccolto in modo sostenibile. Ogni creazione racconta un lavoro paziente e autentico, che porta con sé una storia di inclusione e speranza. I portachiavi raffigurano un arcobaleno, una colomba, un cuore e un fiore: diversi soggetti, un unico messaggio: la pace . Gli oggetti saranno in vendita fino a esaurimento scorte. L'elenco dei punti vendita dove acquistare i manufatti è disponibile al link coopfi.info/formedipace.

«Con questa iniziativa vogliamo far arrivare la nostra vicinanza e il nostro sostegno concreto alla comunità di artigiani di Betlemme con cui, più di venti anni fa, abbiamo allacciato una collaborazione duratura e salda, che oggi rinnoviamo con forza. Questo legame è un ponte di solidarietà che ci porta un racconto di speranza e di resistenza per chi sta vivendo grandi difficoltà in Terra Santa. In questi giorni, che per noi sono di festa, invitiamo i nostri soci e clienti a partecipare a questa iniziativa di solidarietà che vuole portare un messaggio di pace», fanno sapere da **Unicoop Firenze**.

« In un momento così difficile per questa terra, il sostegno di **Unicoop Firenze** e della Toscana ci arriva come segno di solidarietà e aiuto concreto per le famiglie e i giovani che operano nel Centro Piccirillo.

Da questa città Santa parte ancora una volta l'appello e la richiesta di tornare alla mediazione e al dialogo, di tornare ad essere umani per il rispetto e la dignità della vita umana stessa. La guerra continua a provocare danni fisici e morali, la situazione mondiale non fa sperare in una soluzione immediata. La Terra Santa sta sopportando dolore e sofferenza inimmaginabili. Tutti i luoghi santi sono chiusi, il Santo Sepolcro, il Cenacolo, anche il Muro del pianto », dichiara Padre Ibrahim Faltas , direttore delle scuole della Custodia di Terra Santa. Il Piccirillo Handcraft Center, nella città di Betlemme, è nato dall'intuizione dell'archeologo francescano padre Michele Piccirillo e realizzato dalla Fondazione Giovanni Paolo II insieme alla Custodia di Terra Santa nel 2014 per venire incontro ai bisogni economici



Il Tirreno

Coop e Cooperazione

e sociali della popolazione della città.

Monte Argentario

Da Unicoop un mezzo alla Misericordia

Da **Unicoop Etruria** è arrivata una donazione alla Confraternita di Misericordia di Porto Santo Stefano. Il ricavato del parcheggio del supermercato Coop ha contribuito all'acquisto di un veicolo per il trasporto di persone disabili. È stata organizzata nei giorni scorsi, al supermercato Coop di località Cava Legni, la donazione simbolica di un assegno del valore di 887 euro alla Misericordia da parte di **Unicoop Etruria**. La somma, corrispondente al ricavato dei ticket del parcheggio del negozio nel periodo compreso tra l'estate e la fine dell'anno passato e contribuirà alle spese sostenute dalla Misericordia per l'acquisto di un nuovo veicolo idoneo al trasporto di persone affette da disabilità.

Una collaborazione storica quella tra **Unicoop Etruria** e la Misericordia di Porto Santo Stefano che durante l'anno vede i volontari dell'associazione collaborare con i soci e i dipendenti Coop.



ARTEX

Mestieri d'arte i Maestri Artigiani Botteghe aperte e laboratori

Sei giorni con protagonisti i mestieri d'arte e i Maestri Artigiani. Botteghe aperte, laboratori, visite guidate, dimostrazioni: al via il 7 aprile infatti le Giornate Europee dei Mestieri d'Arte, la manifestazione organizzata in vari Paesi europei per attirare l'attenzione del grande pubblico sui mestieri d'arte e i Maestri Artigiani. L'edizione toscana è organizzata da Artex in collaborazione con **Unicoop Firenze**, nell'ambito delle attività del progetto Officina Creativa Lab, promosso dal Comune di **Firenze** e dalla Regione Toscana. Nella settimana dal 7 al 12 aprile in tutta la Toscana, i Maestri Artigiani terranno laboratori, organizzeranno aperture straordinarie e visite in bottega. Il tema di quest'edizione è 'Cuori all'Opera': al centro di tutta l'esperienza artigiana ci sono il cuore e la passione che ogni artigiano mette nel proprio lavoro. Info e calendario sul sito di Artex. © RIPRODUZIONE RISERVATA.



Il Sole 24 Ore Concorrenza GDO

La società: «Nessuna spiegazione»

NewPrinces crolla in Borsa Scambiato il 5% del capitale

In due sedute NewPrinces ha perso quasi il 28% del suo valore, tra scambi che hanno interessato il 5% del capitale, arrivando ieri a decuplicare la media dei volumi degli ultimi tre mesi. Martedì il gruppo agroalimentare che ha rilevato **Carrefour** Italia, Plasmon e Diageo, aveva presentato il conti del 2025, che la società definisce i migliori della sua storia, con ricavi in crescita dell'80,4% a 2,96 miliardi di fatturato (e un pro-forma, con **Carrefour**, di 6,5 miliardi), risultati accolti con un rialzo dell'8,44% in Borsa. «Non sussiste, alla data odierna, alcuna informazione privilegiata, notizia rilevante o fatto straordinario di natura negativa idoneo a giustificare il recente andamento del titolo azionario», ha fatto sapere ieri con una nota la società, che ha segnalato le anomalie di volumi e prezzi a Borsa Italiana e Consob. Dalle posizioni corte rilevate dalla Consob risulta uno scoperto dello 0,5% dell'hedge fund Usa Two Sigma Investments iniziato il 23 marzo scorso. (A.OI.).



Italmark, sinergia con Amazon: la spesa si fa online 7 giorni su 7

Consegna in fasce orarie di due ore. Gli ordini si fanno sul sito del colosso americano. «Un passo importante»

ERMINIO BISSOLOTTI, CAMILLO FACCHINI

- BRESCIA. Chissà cosa direbbe oggi la signora Jane Snowball, cittadina britannica prima cliente della catena di Tesco, che nel 1984 effettuò il primo acquisto online grazie al sistema «videotex» (qualcosa di analogo al nostro televideo)?

Oltre quarant'anni più tardi lo shopping digitale sarebbe poi entrato massicciamente nelle nostre case con proposte che hanno capovolto abitudini e consumi, così come i consumi iniziarono ad esser modificati a Brescia dal primo **supermercato** Italfrutta aperto dalla famiglia Odolini nella galleria che collega via X Giornate con Piazza Vittoria, di fronte a quello che era l'allora cinema Adria. Il commercio, questa volta con il digitale, compie un altro passo avanti: Amazon ha annunciato ieri la nuova collaborazione con Italmark grazie alla quale sarà possibile effettuare la spesa sui negozi online del colosso americano dell'e-commerce, sette giorni su sette, con fasce orarie di consegna di due ore.

«La collaborazione con Amazon rappresenta per Italmark un passo importante nel percorso di omnicanalità ed evoluzione dei nostri servizi, con l'obiettivo di essere sempre più vicini ai clienti, anche attraverso i canali digitali- spiega Luca Odolini, direttore del canale e-commerce del gruppo -. Abbiamo scelto di intraprendere questo progetto portando sul marketplace più frequentato al mondo ciò che da sempre ci contraddistingue nei nostri punti vendita: attenzione alla qualità, cura dell'assortimento e valorizzazione del territorio. Il nostro impegno è garantire continuità nell'esperienza Italmark, offrendo un servizio che mantenga gli stessi standard di affidabilità e qualità che da sempre ci contraddistinguono».

Istruzioni per l'uso. Come tutte nuove iniziative non mancano gli stimoli all'acquisto: chi sceglierà prodotti Italmark riceverà un regalo di benvenuto al primo ordine su Amazon con 10 euro di sconto, mentre tutti i clienti Amazon con abbonamento Prime (che generalmente offre spedizioni illimitate in un giorno senza costi aggiuntivi su milioni di prodotti ed ora anche su quelli con codice Italmark) godranno di spedizione gratuita sul primo ordine che dovrà avere un valore minimo di 70 euro. Il minimo d'ordine per ricevere la spesa Italmark con Amazon è di 40 euro. «Il servizio sarà inizialmente attivo in città e progressivamente, nel breve-medio periodo, anche nell'hinterland e quindi in tutta la provincia», chiarisce Odolini.

I garzoni con il «Gerosino» (motorini prodotti a Brescia con un cesto sulla ruota anteriore ed uno su quella posteriore) sono quasi del tutto scomparsi ed il consumatore si affida a qualche comando sulla tastiera, un occhio alla carta di credito per evitare errori, un ultimo controllo al carrello e quindi l'«enter» conclusivo, sempre sulla tastiera, con la possibilità che, se ci si è dimenticati qualcosa,



Giornale di Brescia Concorrenza GDO

si può ripetere l'ordine.

Il Resto del Carlino (ed. Rimini)

Concorrenza GDO

le nostre eccellenze

Le vongole made in Bellaria arrivano sugli scaffali Partita la vendita alla grande distribuzione

ALDO DI TOMMASO

Il mare di Bellaria Igea Marina entra nei supermercati. In questi giorni la vongola verace allevata lungo la costa bellariense ha iniziato a comparire sugli scaffali della grande distribuzione, portando per la prima volta un prodotto locale con un'identità chiara e riconoscibile. Dietro c'è il lavoro di tre pescatori del territorio - Davide Vasini, Jader Bianchini e Federico Mori - che hanno scelto di scommettere su una strada nuova. «La verace è diversa dal lupino: non si pesca, si alleva - spiega Vasini -.

Qui da noi non c'era una vera filiera. Abbiamo ripreso un'idea che in passato non aveva funzionato e l'abbiamo sviluppata».

Una scelta nata anche dalla crisi della pesca tradizionale. «Il settore delle lumachine è crollato e abbiamo dovuto reinventarci.

Siamo sempre stati in mare, ma serviva un'alternativa concreta». Così è nata una piccola realtà bellariense: tre imbarcazioni, nove persone coinvolte e un lavoro quotidiano che unisce raccolta e gestione del prodotto.

«Si esce per alcune ore, si seleziona la vongola pronta e si lascia crescere quella più piccola, con controlli costanti». Il passaggio decisivo resta però quello commerciale. «Fondamentale la collaborazione con Gio' Mare, con cui condividiamo un'etichetta comune che riporta anche il nostro nome, Levante società **cooperativa**: il prodotto deve essere riconoscibile come bellariense». Ed è proprio questo il salto che ha aperto le porte alla grande distribuzione. «Vedere scritto Bellaria Igea Marina sulla confezione è un riconoscimento importante: è il nostro lavoro che arriva sugli scaffali e poi sulle tavole». «La vongola verace viene pagata 15 euro al chilo».

Aldo Di Tommaso.



Il Tirreno (ed. Lucca-Viareggio-Versilia-Massa-Carrara) Concorrenza GDO



L'appello di Camaiore a Sinistra sul progetto per la nuova Conad

I consiglieri: «Noi favorevoli, ma si recuperino le case popolari»

Camaiore Recuperare come priorità le abitazioni di edilizia residenziale pubblica non realizzate in questa fase nei prossimi interventi o ricercando soluzioni alternative. È questo l'appello che arriva dai consiglieri comunali di Camaiore a Sinistra, partito che fa parte della maggioranza a sostegno del sindaco Marcello Pierucci e che ha votato a favore, nell'ultimo consiglio comunale, della variante al piano operativo per la nuova **Conad** in via Sterpi. Una variante che però, sotto il profilo dell'ambito sociale, ha fatto storcere il naso ai più visto che è stata stralciata la previsione per 40 alloggi di edilizia pubblica.

«Restituire decoro e funzioni ad aree degradate è un obiettivo che ci vede da sempre in prima linea - spiegano da Camaiore a Sinistra - tuttavia non possiamo esimerci da una riflessione critica su un aspetto per noi centrale: il diritto all'abitare. Se da un lato i risultati in termini di recupero edilizio sono condivisibili, dall'altro riteniamo che sia stata persa un'occasione preziosa per una contrattazione più incisiva sulla realizzazione di almeno una parte di appartamenti di edilizia pubblica. Abbiamo sostenuto la pratica in consiglio con senso di responsabilità e lealtà verso la maggioranza - concludono i consiglieri - ma non nascondiamo che avremmo sperato nella creazione di un margine di contrattazione più ampio. Per questo chiediamo al nostro assessore e al nostro sindaco un impegno nel compensare questa opportunità mancata: la città cresce solo se cresce insieme, senza lasciare nessuno indietro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.



La lottizzazione San Bartolomeo 1

Stop alle autorizzazioni alla grande distribuzione ma dal passato spuntano nuovi spazi commerciali

TREVISO Già oggi, lungo viale della Repubblica senza soluzione di continuità si inanellano insegne commerciali e cantieri, grandi ristoranti, bar e svariati insediamenti produttivi. Nel prossimo futuro l'asse viabilistico a nord di Treviso sarà ancora più saturo. Il risveglio delle lottizzazioni che per anni sono rimaste dormienti è iniziato da tempo e se ne vedono già i primi effetti. Vicino al Panorama è sorto un nuovo supermercato Alì. È frutto di un piano di lottizzazione chiamato Repubblica 1. Il suo dirimpettaio è il piano Kolbe, dove sta sorgendo un nuovo **Conad**.

Più avanti, all'altezza di via Ellero c'è il Repubblica 2 dove è previsto il trasloco in una nuova sede per il punto vendita a marchio **Famila** del gruppo Unicomm. E non ci si ferma qui: appena giù dal cavalcavia di San Giuseppe, è previsto il piano Cattaneo, che prevede un supermarket e un albergo (i terreni sono della Alicom srl, società della famiglia Menegazzo, a cui oggi sono legati i supermercati a marchio Winner). È poi tornato in rampa anche il piano urbanistico attuativo San Bartolomeo 1. Davanti alla pizzeria Da Pino, la Sime srl di Adelchi Faganello, punta a realizzare su un'area di 35 mila metri quadrati un nuovo supermercato (si parla di un Eurospar) e alcune abitazioni.

Questa proposta torna in auge con la recente entrata in vigore del nuovo Pgra (Piano di Gestione del Rischio Alluvioni) emanato dall'autorità di bacino, che concede nuovamente (dopo averla di fatto congelata per alcuni anni) la possibilità di costruire in quell'area. L'avanzata dei supermercati in strada Ovest che si manifesta oggi è la conseguenza concreta di diritti acquisiti e provvedimenti urbanistici che risalgono a diversi anni fa. Nondimeno, è inevitabile, che le responsabilità politiche ricadano su chi governa oggi. Oneri e onori: se da una parte l'avvio dei cantieri garantisce all'amministrazione Conte benefici pubblici (oneri di urbanizzazione e contributi per milioni di euro), dall'altra cementifica ulteriori aree. Il sindaco Mario Conte ha deciso di intervenire sul tema annunciando uno stop definitivo alla grande distribuzione: «A parte due unici casi - ha spiegato rivolgendosi direttamente ai suoi follower - tutti i supermercati che sono nati e stanno nascendo risalgono alle amministrazioni che mi hanno preceduto. Posso garantire che in futuro gli spazi commerciali autorizzati saranno pari a zero». (m.m.).



Il Giorno (ed. Metropoli) Concorrenza GDO

L'affaire Auchan-Grugnotorto «Un'articolata rete di relazioni E Imberti è "un faccendiere"»

Cinisello: motivazioni della condanna di Cipelletti, ritratto a tinte oscure dell'ex sindaca Siria Trezzi e del marito L'ex assessore «avrebbe agito nell'esclusivo interesse di specifiche realtà economiche a lui vicine»

di Laura Lana CINISELLO BALSAMO Non c'è solo «l'aumento ingiustificato degli indici edificatori» in alcune aree del Grugnotorto, il raddoppio del potenziale dei volumi in decollo e l'atterraggio sull'ex Ovocoltura attraverso un avviso pubblico con «requisiti ritagliati su misura e a esclusivo vantaggio della società riferibile a Paolo Cipelletti». C'è anche «la promessa di far eseguire i lavori sull'ex Ovocoltura alla CMB., società individuata e presentata da Imberti, dalla quale quest'ultimo avrebbe ottenuto, tra l'altro, dei ritorni economici non inferiori a 150mila euro». È un ritratto a tinte oscure quello che le motivazioni della condanna dell'imprenditore Paolo Cipelletti (6 anni e 8 mesi per corruzione) fanno dell'ex sindaco Siria Trezzi, ma soprattutto del marito Roberto Imberti. «Faccendiere». Così, il tribunale di Monza, nelle 134 pagine di sentenza, definisce più volte l'ex assessore che all'epoca, nel 2016, era dipendente di Euromilano spa, società di promozione e sviluppo di progetti immobiliari, inserito nel tessuto cooperativo locale, con incarichi di rilievo in ambito socio-assistenziale e immobiliare, vicepresidente di una Rsa partecipata dalla coop locale Uniabita, nonché presidente della Residenza del Sole.

«Un profilo caratterizzato da un'articolata rete di relazioni economiche, politiche e istituzionali su vari livelli», scrive il collegio che ha giudicato solo Cipelletti (Trezzi e Imberti hanno scelto il rito abbreviato e si attende ora la sentenza di Appello). Già dalle prime ipotesi investigative, secondo la testimonianza del luogotenente della GdF Giampaolo Agnello, Imberti avrebbe «agito nell'esclusivo interesse di specifiche realtà economiche a lui vicine, orientando la propria attività relazionale e di mediazione istituzionale al fine di conseguire un vantaggio personale, diretto ed indiretto». Per gli imprenditori è un «obbligato passaggio per coltivare le loro proposte nei confronti del Comune, anche se formalmente lui ne è uscito anni prima. È così anche per Cipelletti che, parlando col padre al telefono, si lascia scappare «Imberti è il sindaco praticamente».

«Sembri il committente di Cipelletti, se vuoi che te la dica tutta», gli dice una volta anche Trezzi, che nella sua difesa ha poi ridimensionato la portata di quella frase, pronunciata durante un'accesa discussione sulla perizia dell'Agenzia delle Entrate che faceva letteralmente crollare il valore a metro quadro che doveva essere assegnato alle aree dell'imprenditore. «Forte è la sua ingerenza a vari livelli nella gestione di molte vertenze rilevanti per il Comune: dal fallimento della società Axioma Real Estate srl al servizio di consegna di pasti a domicilio alle persone anziane (patrocinata dal Comune in favore



Il Giorno (ed. Metropoli)

Concorrenza GDO

delle Residenze del Sole)», alla nomina del nuovo dirigente dell'Urbanistica, «trattata a casa Trezzi», fino all'ingresso di CMB nell'affare Auchan.

Il 20 giugno 2016 è al telefono con l'amico Andrea Rosetti.

«Adesso io l'ho messo in contatto (Cipelletti, nda) con CMB per costruire... e o di qui o di là branco qualcosa. Magari da tutte e due, se ce la faccio a fare un po' il furbo». «Certo. Gioca così. Se c'è da fare fattura è meglio, così un 2% mi rimane, tu non compari... ci penso io a fare il giro».

« Sì, io devo fare una roba da 2-300... Lì son 60 (milioni, il valore dei lavori che avrebbero dovuto essere svolti sull'Ovocoltura, nda)», risponde Imberti, che racconta di aver incassato una somma in contanti per dei lavori: una parte è nelle mani del padre e altra si trova in Svizzera.

Servono escamotages per non farli figurare. Riguardo alla trattenuta del 2%, come compenso per l'emissione di fatture a copertura delle entrate di Imberti, Rosetti ammette che si sarebbe trattato di un'operazione per nascondere il beneficiario effettivo delle somme.

Il Resto del Carlino (ed. Reggio Emilia)

Concorrenza GDO

l'attacco del comitato

Bosco Ospizio «Hub e Conad dal Comune nessuna coerenza»

Torna a farsi sentire Il comitato 'assemblea permanente Bosco Ospizio', che attacca le scelte della Giunta per quanto riguarda il futuro del quartiere: «L'11 marzo il Comune annuncia l'avvio dell'iter per un Hub di Prossimità nei quartieri est della città, incluso l'Ospizio. L'assessora Bondavalli dichiara che l'obiettivo è 'la qualificazione della rete commerciale come motore di sviluppo e di attrattività, valorizzando la capacità delle imprese di fare rete'.

Peccato che nello stesso quartiere il Comune abbia già rilasciato il permesso per un nuovo polo commerciale **Conad**, da realizzarsi abbattendo il bosco urbano. Un hub di prossimità punta a rafforzare il commercio radicato nel quartiere. Un supermercato di grandi dimensioni fa esattamente il contrario: accentra la spesa, svuota i negozi di vicinato».

Riflessione che, sottolinea il comitato è frutto dello studio del Politecnico di Milano commissionato e approvato all'unanimità dalla Giunta. «È difficile immaginare una contraddizione più netta. Si avvia un progetto,

con fondi pubblici regionali, per rivitalizzare il tessuto commerciale di un quartiere fragile e periferico, e nel frattempo si autorizza, in quello stesso quartiere, la costruzione di ciò che quel tessuto lo erode. Questa ennesima incoerenza si aggiunge a ciò che l'Assemblea denuncia da quasi due anni: la distruzione di un bosco urbano, la cementificazione di suolo in una città già ai vertici regionali per consumo di territorio, il silenziamento di una comunità che ha chiesto - sempre e solo in modo non violento - di partecipare alle scelte collettive».



INIZIATIVA CIA CONAD

La 5ªA della scuola Alighieri trionfa a Scrittori di classe

Gli studenti forlivesi vincono il concorso che ha coinvolto 8mila scuole e oltre 28mila classi

FORLÌ Grande soddisfazione alla scuola primaria "Dante Alighieri", dove la classe 5ªA si è aggiudicata la 12ª edizione di "Scrittori di Classe", l'iniziativa nazionale promossa da **Conad** e Commercianti Indipendenti Associati, dedicata alla scrittura creativa nelle scuole. La cerimonia di premiazione ha visto la partecipazione della dirigente scolastica Concetta Vannella, della prima collaboratrice Elisabetta Ghirelli, della maestra Emma Lombardi e del socio **Conad** del territorio Gualtiero Mariotti, a testimonianza del forte legame tra istituto e comunità locale.

Il concorso ha coinvolto oltre 8mila scuole primarie e secondarie di primo grado in tutta Italia, con la partecipazione di più di 28mila classi. Gli studenti si sono cimentati nella realizzazione di un soggetto cinematografico ispirato ai personaggi Disney e Pixar, mettendo alla prova fantasia, capacità narrativa e lavoro di squadra.

La classe forlivese è stata selezionata tra le 28.940 partecipanti, rappresentando 8.158 scuole distribuite su tutto il territorio nazionale.

I dodici elaborati vincitori sono stati raccolti nel libro "A scuola di talento" (edito da Libri progetti educativi), disponibile nei punti vendita **Conad** di tutta Italia fino al 3 giugno. "Scrittori di Classe" è il progetto centrale dell'iniziativa "Insieme per la scuola", attraverso cui **Conad** sostiene il mondo dell'istruzione, fornendo strumenti didattici e materiali utili per arricchire le attività educative. L'edizione in corso sarà attiva dal 6 aprile al 17 maggio: ogni 20 euro di spesa i clienti riceveranno un bollino, utile per collezionare i premi della collezione estiva "Storie da collezionare" e 44 per richiedere i buoni destinati alle scuole. Dal 2012 a oggi, grazie alla partecipazione dei clienti **Conad**, il progetto ha permesso di donare alle scuole 380mila premi tra attrezzature informatiche, multimediali e materiali didattici, per un valore superiore ai 45 milioni di euro. «È un grande motivo di orgoglio vedere l'impatto di "Scrittori di Classe" - ha dichiarato l'ad di Cia-**Conad**, Luca Panzavolta - un'iniziativa che da dodici anni coinvolge le nuove generazioni, stimolando creatività e immaginazione. È la conferma di come l'attenzione ai più giovani rappresenti uno dei valori fondamentali della nostra realtà **cooperativa**».



Unicomm, 73 borse di studio dedicate ai figli dei dipendenti

IL PREMIO PADOVA Settantatré studenti premiati, tra diplomi e lauree, e un messaggio chiaro: investire nella formazione significa rafforzare non solo le competenze, ma anche il legame tra impresa e comunità. Il bando per le borse di studio promosso dal Gruppo Unicomm (che riunisce i marchi **Famila**, Emisfero, A&O, Mega, Emi, Hurrà e C+C Cash and Carry) è ormai alla settima edizione e si conferma, per i dipendenti, un appuntamento importante della via aziendale.

La cerimonia di consegna si è svolta martedì scorso alla sede vicentina del gruppo (a Dueville), alla presenza dei vertici aziendali: i titolari Marcello e Mario Cestaro, affiancati dai figli, dal direttore commerciale Giancarlo Paola e dal direttore delle Risorse umane Giuseppe Curci. «Abbiamo scelto di rendere questo momento parte integrante della nostra cultura aziendale - spiegano i titolari del Gruppo, Marcello e Mario Cestaro - lo studio rappresenta un elemento fondamentale per l'acquisizione di competenze professionali e intendiamo offrire il nostro contributo sostenendo i figli dei collaboratori e incoraggiando le loro famiglie. Valorizzare l'impegno che molti genitori dedicano alla crescita e alla formazione dei propri figli è anche un modo per preservare quel legame familiare che consideriamo essenziale e motivo di orgoglio, nonostante la significativa espansione dell'azienda». «La crescita dei figli dei nostri collaboratori - sottolinea Giuseppe Curci, direttore delle Risorse Umane - ci sta particolarmente a cuore. Per questo riteniamo naturale dare continuità a un'iniziativa che valorizza i giovani e contribuisce a creare un clima sereno all'interno dell'azienda. Quest'anno abbiamo premiato 73 ragazzi provenienti dalle sette regioni in cui opera il Gruppo Unicomm, che conta oltre 8.000 collaboratori. Siamo convinti che investire nella formazione e nello sviluppo delle nuove generazioni rappresenti un valore aggiunto per tutta la comunità aziendale e auspichiamo che questo programma continui a sostenere la crescita e il successo di tutti». © RIPRODUZIONE RISERVATA.



Il Giornale Di Vicenza Concorrenza GDO

Povert  alimentare in crescita Il sostegno del Lions

Consegnati all'assessore al sociale Busa 20mila euro in tessere prepagate da destinare a 43 famiglie

A Bassano cresce la povert  alimentare. E mentre negli uffici dei servizi sociali comunali si registra un boom di richieste di aiuto, ieri il Lions Club Bassano Host ha rinnovato il suo impegno con l'Amministrazione a favore delle situazioni di marginalit  consegnando all'assessore ai servizi alla persona Francesca Busa 20mila euro in tessere prepagate da destinare a 43 nuclei (o singoli) bisognosi. In tutto sono duecento le "social card" messe a disposizione, ciascuna del valore di 100 euro. I beneficiari, selezionati dai servizi sociali, potranno riceverne da 3 a 6 e utilizzarle per acquistare generi alimentari e beni di prima necessit  nei **supermercati** Al  e Aliper della citt . Un'iniziativa che il sodalizio cittadino propone sin dal 2015 e che, come ha sottolineato l'assessore, continua a rispondere a un bisogno crescente di sostegno di una fetta di popolazione sempre pi  larga. Prova ne sono i numeri snocciolati ieri, in occasione della consegna delle tessere.

«Nel corso del 2025 le istanze pervenute ai nostri sportelli parte di nuclei o persone singole in forte difficolt  finanziaria sono state 1313, il 43% in pi  rispetto alle 917 dell'anno precedente - ha spiegato Busa -.

È la conferma che le situazioni di indigenza, in citt , sono in aumento e spesso compromettono la possibilit , per le persone coinvolte, di accedere al cibo sano e di qualit ». «In questo contesto il service del Lions Bassano Host, ormai consolidato, ci permette di supportare i singoli e le famiglie in modo dignitoso - ha proseguito -. Spesso a trovarsi in queste condizioni di disagio sono anziani soli con pensioni basse o donne con bambini». «Grazie al contributo della nostra Fondazione distrettuale, quest'anno abbiamo potuto incrementare il contributo, arrivando a 20mila euro» ha evidenziato il segretario del club Giampietro Zanotto. Durante l'incontro   stato ricordato il socio past president del sodalizio Claudio Tiziani, deceduto in seguito a un incidente. «Teneva a questo service - ha sottolineato l'attuale presidente Roberto Poloniato - e vorremmo quindi dedicarlo a lui». C.Z.



La Prealpina

Concorrenza GDO

Furti fuori dai market «Ora facciamo causa»

Via le borse dalle auto. Esselunga: pronti a collaborare

STEFANO DI MARIA

CASTELLANZA - Continuano i furti nei parcheggi fra Castellanza, Busto Arsizio e la Valle Olona, dove per rubare borse e portafogli i malviventi si ingegnano in ogni modo possibile. È da almeno un paio di settimane che nelle zone commerciali e dei supermercati di tutta la zona si segnalano truffe e ruberie: è ormai palese che ladri esperti abbiano preso di mira le aree di sosta orchestrando i trucchi più disparati per scippare borse e marsupi dagli abitacoli delle auto. Può accadere dappertutto: per questo le forze dell'ordine raccomandano massima prudenza ai clienti dei negozi e a chi va a fare la spesa. Le tecniche usate È capitato anche nel parcheggio all'**Esselunga** di viale Borri a Castellanza, dove uno dei derubati si è rivolto all'avvocato di Busto Walter Picco Bellazzi per chiedere i danni al supermercato. In qualche caso, ad agire, è stata una coppia: fingendo di non riuscire a prendere o a inserire il carrello della spesa nel distributore, uno dei due si è fatto aiutare dalla potenziale vittima del furto e, giusto in quel momento, il complice ha aperto la portiera della macchina per rubare gli effetti personali. «A quanto pare viene utilizzato un congegno elettronico che, avvicinato all'auto, la lascia aperta anche se il proprietario pensa di avere attivato la chiusura automatica spiega l'avvocato Bellazzi - Si tratta di malviventi bene organizzati, attrezzati di tutto punto per svaligiare le macchine». Altra tecnica è quella delle monete cadute a terra.



«È sconcertante - afferma l'avvocato - che i ladri riescano a prelevare coi bancomat, anche senza il pin, dopo soli cinque minuti». E' di 1500 euro la somma complessiva rubata ai bancomat di tre istituti di credito. Walter Picco Bellazzi annuncia di voler chiedere i danni a **Esselunga** «perché non hanno un sistema di sicurezza adeguato: non ci sono telecamere che possano scoraggiare i ladri. Fra l'altro, oltre alla perdita di denaro, i malcapitati incorrono in disagi notevoli per il blocco della carte e per dover rifare i documenti».

Pronti a collaborare L'Ufficio stampa di Esse lunga, ribadendo che purtroppo furti del genere accadono ovunque, replica: «Siamo estremamente dispiaciuti per quanto segnalato. Come segnalato dalla cartellonistica in loco, il parcheggio è uno spazio aperto al pubblico e non custodito. La sua funzione è quella di agevolare la sosta temporanea dei clienti e, nonostante la presenza quotidiana di un operatore, non è previsto un servizio di sorveglianza attiva sui singoli autoveicoli o sui beni in essi contenuti». L'azienda chiosa confermando «completa disponibilità a collaborare con le forze dell'ordine per gli accertamenti scaturiti dall'eventuale denuncia». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Giornale di Brescia

Concorrenza GDO

Sorpresi a rubare alcolici Arrestati due uomini

- Due uomini sono stati arrestati a Brescia per aver tentato di rubare alcolici all'interno dell'**Esselunga** di via Triumplina. Si tratta di un 58enne residente a Verona e di un 44enne domiciliato a Milano, entrambi con precedenti per reati contro il patrimonio. L'intervento è scattato dopo una segnalazione da parte dell'addetto alla vigilanza, che aveva notato i due aggirarsi tra le corsie e nascondere diverse bottiglie di alcolici in uno zaino. Secondo quanto ricostruito dagli agenti della Squadra Volante della Questura di Brescia, i due avrebbero tentato di uscire pagando solo una parte della merce alle casse automatiche. Fermati dal vigilante, sono stati poi arrestati dai poliziotti. Il questore Paolo Sartori ha disposto per entrambi il foglio di via obbligatorio con divieto di ritorno nel Comune di Brescia per quattro anni.

The image shows a collage of newspaper clippings from 'Brescia e Provincia'. The main headline reads 'Precipita dalla Rocca di Manerba durante una gita con la figlia Muore a 71 anni'. Other visible headlines include 'Base di spaccio, sospesa la licenza del bar Zio Paperotto', 'Sorpresi a rubare alcolici Arrestati due uomini', and 'Era malato da tempo, clochard trovato morto'. The clippings include small photographs and columns of text.

Il Giorno (ed. Lecco-Como-Sondrio)

Concorrenza GDO

Novedrate, furto e bottigliata al direttore

Hanno colpito e ferito in testa il direttore del supermercato che stava cercando di impedire il furto di liquori. È successo all'interno dell'Esselunga di Novedrate: tre uomini stavano commettendo un furto. Scoperti dal personale, uno di loro ha colpito il direttore alla testa con una bottiglia in vetro. Un uomo di 26 anni residente a Merone è stato denunciato.



Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Alimentari e farmaceutica trainano l'export italiano

Lorenzo Pace

ROMA La bilancia commerciale del "nuovo" Made in Italy è al primo posto mondiale. Un surplus da 62 miliardi di euro che, nel 2024, ha piazzato il nostro Paese al primo posto, staccando la Germania di 20,3 miliardi e la Francia di 23,7 miliardi. A fare da traino sono tre settori: farmaceutico, alimentare (dai vini alla pasta) e nautico. È il quadro presentato ieri al ministero delle Imprese, con il report illustrato dalla Fondazione Edison sullo stato delle aziende sul territorio. Si tratta, per il ministro Urso, di un «punto di partenza per un confronto sulle potenzialità del sistema produttivo», che fa della «diversificazione» il suo punto di forza.

L'analisi tiene conto di tre aggregazioni create dalla Fondazione Edison, ognuna di queste composta da quindici categorie di prodotti. La prima è quella dei beni "tradizionali", come l'abbigliamento. La bilancia commerciale è stata la seconda al mondo nel 2024, molto distante dalla Cina. Quest'ultima ha chiuso con un saldo in positivo di 210,5 miliardi, mentre il nostro Paese di 38 miliardi.

L'Italia lo ha aumentato di 5 miliardi dal 2014 ma, considerando il boom di un Paese emergente come il Vietnam (+17,5 miliardi nel decennio), è probabile che perderà il secondo posto mondiale. Anche perché il dato dei primi nove mesi del 2025 è stato più basso di circa un miliardo. Tra questi prodotti, comunque, l'Italia ha ottenuto il surplus più alto con borse, valige, beauty-case e portadocumenti: l'export è stato di 10,4 miliardi, mentre l'import di 3,8 miliardi.

C'è poi la categoria etichettata "Mec", dedicata ai prodotti della meccanica. L'export maggiore è arrivato dagli "oggetti di rubinetteria", ma anche caldaie, serbatoi o vasche, con un valore di 9,3 miliardi. Il surplus più alto, da 6,7 miliardi, è arrivato invece dalle macchine per imballare le merci.

In totale, la bilancia commerciale del settore ha chiuso in positivo di 44,7 miliardi, collocando il nostro Paese al terzo posto, dietro alla solita Cina (107,1 miliardi) e alla Germania (56,1 miliardi). Ma in questo caso i primi nove mesi del 2025 sono stati migliori di 1,2 miliardi rispetto all'anno prima.

Infine, c'è il "nuovo Made in Italy", come viene definito dallo stesso report, trainato da farmaceutico (che nel 2025 ha raggiunto un export di oltre 69 miliardi), alimentari e nautica.

Dal confronto con gli altri Paesi emerge che l'Italia, nel 2024, ha occupato il primo posto mondiale per surplus nel **commercio** di paste alimentari, di yacht e di pomodori preparati o conservati. Il secondo posto, invece, per vini e spumanti, occhiali e formaggi e latticini. È nel nuovo Made in Italy che c'è stato il boom, grazie soprattutto al farmaceutico, arrivando a 60,8 miliardi di surplus nei primi nove mesi dello scorso anno (erano stati 62 miliardi in tutto il 2024). Dati che, evidenzia



Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

il report, avrebbero piazzato l'Italia al terzo posto tra i membri del G20 se non fosse per due zavorre. È emerso dalle parole del presidente della Fondazione Edison, Marco Fortis: «L'Italia è una piccola nazione, circondata da giganti extra-Ue (in primis Usa e Cina) e facente parte di un'Unione Europea sempre più disorientata», eppure ha «saputo conquistare il terzo posto assoluto per surplus, senza contare veicoli ed energia», dietro a Cina e Germania.

Non è un caso che il nono capitolo del rapporto si intitoli "L'Italia è terza al mondo per surplus commerciale con l'estero, esclusi energia e veicoli". I saldi sono stati nettamente negativi nel 2025: di 51,3 miliardi per quanto riguarda l'energia e di 14,5 miliardi per l'automotive. Entrambi i bilanci sono crollati di oltre 8 miliardi dal 2019. Il discorso energetico è legato alla crisi in Medio Oriente. «Dobbiamo affrontare nuove criticità legate al quadro geopolitico - ha detto Urso - con la consapevolezza dei punti di forza ma anche dei nodi strutturali ancora aperti, tra cui il costo dell'energia, che continua a penalizzare le imprese».

Un tema cruciale per il ministro, che ieri ha rivendicato il rilancio degli investimenti esteri (+18%) e l'aumento dell'export a più di 643 miliardi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Nasce Healtion e punta 100 milioni sul futuro del cibo salutare e bio

Emiliano Sgambato

Nasce Healtion - da "health" (salute) e "nutrition" (alimentazione) - gruppo alimentare italiano specializzato in cibo, appunto, salutare (healthy food). Ma di davvero inedito c'è soprattutto il nome, oltre che i progetti di crescita e sviluppo contenuti nel piano industriale anticipati al Sole 24 Ore.

Perché Healtion è il naturale proseguimento del percorso di espansione compiuto dopo il passaggio del controllo di Probios - storico marchio italiano del biologico nato nel 1978 e specializzato nell'offerta di prodotti vegetariani e per chi soffre di intolleranze alimentari - al fondo Agreen Capital, avvenuto nel 2023.

«Siamo sempre stati bio e lo siamo ancora, ma l'accento del nuovo piano industriale, il nostro driver principale, è ora più centrato sull'approccio salutistico alla nutrizione. Dal 2023 - racconta Andrea Rossi, presidente di Healtion e managing partner di Agreen Capital - c'è stato un cambio di passo che ci ha portato da circa 30 a 120 milioni di fatturato (+9,4% sul 2024, ndr), con una marginalità ampiamente in doppia cifra, grazie a crescita organica e per linee esterne».

Nel 2024 è stata portata a termine l'acquisizione dei marchi Baule Volante, Fior di Loto, ViviBio, Zer%, La Finestra sul Cielo; a cui si è poi aggiunta la maggioranza dell'azienda umbra Bms (legumi, semi, cereali per la colazione e farine gluten free) e il 30% di Vegeatal, realtà attiva nella produzione di prodotti plant based alternativi a carne e formaggi. Inoltre è stata rafforzata la partecipazione ne Il Nutrimento, specializzata in sughi, conserve e salse "organic".

«Abbiamo realizzato integrazioni di successo su molti fronti, come ad esempio su approvvigionamento e logistica, ma anche sulla rete distributiva e sui canali di vendita o sul marketing - prosegue Rossi -. A questo va aggiunta un'accelerazione sul fronte dell'innovazione che può essere messa a fattor comune». E ci saranno presto altri "membri della famiglia": oltre che possibili opportunità sul mercato italiano, sotto osservazione c'è soprattutto l'area Dach (Germania, Austria e Svizzera) dove è allo studio la possibilità di inglobare brand che permettano di penetrare più facilmente e più velocemente i rispettivi mercati di riferimento.

Dal punto di vista dei prodotti, tra i filoni più interessanti secondo Rossi, ci sono «il "senza zucchero-con poco zucchero" e la categoria del proteico e più in generale c'è una crescita in tutto il mondo della colazione healthy, in cui noi siamo molto presenti. Non si tratta più di nicchie, ma del modo di alimentarsi che cambia. Se si pensa al free from come solo al "senza glutine" chiaro che la platea di clienti è più limitata rispetto al "senza grassi" o anche al "senza alcol"». A livello mondiale, secondo le analisi di Market Data Forecast citate da Healtion, il mercato europeo degli alimenti salutistici vale quasi



Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

280 miliardi di euro con stime di una crescita oltre i 420 miliardi entro il 2033, con un tasso di crescita media annua vicino al 10% (e meglio ancora fa il segmento "free from").

Su queste basi si innesta il piano industriale del Gruppo, che al 2030 prevede «ricavi a 300 milioni di euro». Per realizzarlo sul piatto ci sono circa 100 milioni tra risorse generate internamente, capitali del club deal che fa capo ad Agreen Capital ed eventuale leva a debito.

«Lo sviluppo del piano avverrà - spiega Rossi - attraverso tre leve: crescita organica con investimenti in ricerca, presidio multicanale con più di 60 nuove referenze lanciate ogni anno, che ci permettono di andare a coprire anche le nicchie più sofisticate del mercato. E altre acquisizioni, probabilmente due, una in Italia e una all'estero. Altri ricavi aggiuntivi arriveranno dalla crescita interna che in questi anni ha registrato un Cagr medio del 10 per cento. Anche l'export è previsto in forte espansione: dal 10% attuale si punta a salire al 30. Il piano sembra ambizioso ma è nel nostro Dna, abbiamo dimostrato di saper integrare le acquisizioni fatte e creato una struttura manageriale e di governance solida: l'obiettivo è di diventare uno dei principali player europei dell'healthy food». Il Gruppo ha sede a Calenzano, alle porte di Firenze, è certificato BCorp e Uni Pdr 125 per la **parità di genere**, impiega circa cento dipendenti è già presente in 47 Paesi nel mondo; opera con tre sedi operative, due siti produttivi, due hub logistici e gestisce in modo integrato prodotti ambient, freschi e frozen. Healtion inoltre promuove l'innovazione anche attraverso Healtion Ventures, il programma di corporate venture capital dedicato a sostenere start-up e progetti innovativi nel settore dell'Healthy food e del Food Tech. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il food tipico della Penisola piace sempre ai consumatori e vale 3,4 miliardi di (dati Gs1)

Cibo, la tradizione resiste ai trend

Avanza l'indicazione «nostrano» ma la più diffusa è di «filiera»

MARCO A. CAPISANI

Non di sole mode alimentari vive il food italiano. Anzi. L'idea che un prodotto sia pensato e realizzato secondo la tradizione tricolore piace ancora tanto ai consumatori fino a pesare il 7% del totale alimentare; in termini economici vuol dire circa 3,4 miliardi di euro di vendite generate in supermercati, ipermercati e negozi a libero servizio da 6.685 prodotti che riportano in etichetta una o più indicazioni come «nostrano», «artigianale» o «lavorato a mano». In tutto 14 diciture (o claim in linguaggio tecnico) che richiamano l'idea di tradizione, come analizzato tra giugno 2024 e giugno 2025 dall'Osservatorio Immagino di Gs1 Italy, studio semestrale che incrocia le informazioni riportate sulle etichette dei prodotti di largo consumo digitalizzate da Gs1 e le rilevazioni NielsenIQ (NiQ). I trend food in euro. Quindi, nascono e rimangono importanti i nuovi trend alimentari che hanno iniziato a far parlare di un cibo più identitario (vedere ItaliaOggi del 3/2/2026), perché riflettono l'evoluzione delle preferenze dei consumatori indicandone lo stile di vita, per esempio vegano, vegetariano o plant based. Ma, giusto per avere un termine di confronto, dal cibo identitario (6,4% del totale) si sviluppa un giro d'affari che si ferma al momento sui 3,1 miliardi di euro, in crescita dell'1,9% a volume (e del 3,2% a valore). La tradizione, invece, avanza rispettivamente del 3,1% e del 3,8%, sempre nel confronto anno su anno. Da non dimenticare, poi, che l'Osservatorio dell'organizzazione non profit (specializzata in standard per semplificare il processo di trasformazione digitale delle imprese e della supply chain) ricorda che, non a caso e in linea con la tradizione, l'indicazione in etichetta Made in Italy regna ancora sovrana: 13,5 miliardi di euro e 27,9% del totale, seppur in crescita più contenuta sia a volume (+0,1%) sia a valore (+1,9%). Come si combinano tra loro tutti questi claim del largo consumo? «Il concetto di tradizione resta, oggi, assolutamente valido per gli italiani. È vissuto come sinonimo di prodotti sani e rassicuranti ma anche più semplici, meno elaborati e meno "industriali". L'andamento dei consumi lo conferma», spiega a ItaliaOggi Samanta Correale, business intelligence senior manager di Gs1. «L'interesse per alimenti che si inseriscono nel filone benessere e salute è coerente con alcuni claim e concetti di prodotto, come vegetariano o vegano, che si possono benissimo combinare con i valori riconosciuti alla tradizione». Etichetta per etichetta, sotto il profilo dell'andamento delle vendite a volume, la dicitura «nostrano», seppur poco diffusa (71 prodotti) e con un limitato giro d'affari (57 milioni di euro), è una con le migliori prestazioni del paniere. In 12 mesi ha aumentato del 18% le vendite a volume e del 19,1% quelle a valore. A livello di prodotti, l'hanno sostenuta birre (alcoliche e analcoliche), pasta fresca ripiena, pasticceria e ricotta. All'estremo opposto, c'è «la filiera», indicazione più diffusa (2.790 prodotti), avanzata in 12 mesi dell'1,8% a volume e del 2,6% a valore, per un giro d'affari complessivo di quasi



Italia Oggi

Economia, consumi e società

2 miliardi di euro. Tra le referenze in evidenza ci sono verdure di quarta gamma (confezionate e già lavate), uova di gallina, patate, pollo e altri freschi tradizionali. In calo latte Uht e fresco, mozzarelle, zucchero e passata di pomodoro.

In mezzo si posiziona l'«artigianale» le cui vendite sono aumentate del 15,8% a volume e del 15,5% a valore, raggiungendo i 184 milioni di euro. Lo trainano pizze surgelate, tonno sott'olio, patatine, birre alcoliche e pasta fresca ripiena (in tutto 794 prodotti). Segue il claim «lavorato a mano» con vendite salite dell'11,3% a volume e del 14,1% a valore, per un totale di 194 milioni di euro generati da 332 referenze, spaziando tra alcune conserve di pesce e affettati.

Chiude la panoramica il «trafilato al bronzo», su del 2,2% a volume ma giù a valore (-0,4%). Sono 1.427 le referenze, oltre la soglia dei 310 milioni di euro di sell-out, tra cui emergono in particolare la pasta integrale, di farro, kamut o a base legumi, la pasta all'uovo, la pasta senza glutine (fresca e secca), la pasta di semola insaporita o arricchita, i piatti pronti surgelati e i biscotti salutistici. In contrazione, infine, biscotti integrali, multicereali e biscotti tradizionali per esempio.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Pet economy, Veneto al terzo posto su scala nazionale

Il report. La spesa delle famiglie per prodotti e servizi dedicati agli animali da compagnia ha raggiunto 652 milioni, pari al 9,7% del totale Italia

L'amore per gli animali rende la pet economy uno tra i settori a più alta crescita dell'ultimo decennio in Veneto. L'elaborazione dell'Ufficio Studi di Confartigianato su dati Istat fotografa una situazione con ulteriori margini di crescita: nel 2024 la spesa delle famiglie venete per prodotti e servizi dedicati agli animali da compagnia ha raggiunto 652 milioni di euro, pari al 9,7% del totale nazionale, collocando la regione al terzo posto in Italia dopo Lombardia (1.396 milioni) e Lazio (882 milioni).

La fotografia a livello nazionale la spesa complessiva per animali da compagnia ammonta a 6,7 miliardi, con un incremento del +76% negli ultimi dieci anni, una dinamica nettamente superiore al +9,4% della spesa totale delle famiglie. Il Veneto sale sul podio per numero di imprese artigiane registrate, ma anche per spesa annua delle famiglie: 510 milioni di euro riguardano prodotti per animali (alimenti, articoli per la cura, accessori), 142 milioni di euro sono destinati ai servizi veterinari e agli altri servizi come la toelettatura. A livello provinciale, la spesa supera i 100 milioni in almeno cinque province, Padova e Verona in testa.

Il cuore produttivo del comparto è rappresentato dalle imprese artigiane dei servizi di cura per animali da compagnia (toelettatura, pensione, addestramento, dog-sitter, custodia): in Veneto se ne contano 380, pari al 69,2% del totale del settore, una quota nettamente superiore alla media dell'intera economia (21,2%). Gli addetti sono 457. L'evoluzione, l'export In un decennio il numero delle imprese artigiane del settore è più che raddoppiato: +4,7% nell'ultimo anno, +107,7% negli ultimi dieci anni. Un dato che colloca il Veneto tra le regioni più dinamiche d'Italia per sviluppo dell'artigianato legato alla pet economy.

Chi sono i clienti di questo particolare comparto? In Italia sono 25,5 milioni gli animali domestici, presenti nel 37,7% delle famiglie. Nel Nord-Est la quota sale al 40,3%. Quasi una famiglia su due nei piccoli Comuni sotto i 2.000 abitanti ospita almeno un animale.

«La pet economy non è più una nicchia ma una filiera strutturata che coinvolge produzione, servizi, **commercio** ed export - rileva Roberto Boschetto, presidente di Confartigianato Imprese Veneto - La nostra regione è terza in Italia per spesa delle famiglie e questo significa che esiste un mercato solido e in crescita, ma anche un sistema di imprese capace di rispondere ai bisogni di una società che è cambiata». E non c'è solo il consumo interno. Sul fronte internazionale, a ottobre 2025, l'Italia ha esportato prodotti della filiera per 827 milioni di euro, con una crescita del +3,5% nei primi dieci mesi dell'anno. «Il saldo commerciale resta negativo per almeno 270 milioni - sottolinea Boschetto -

Pagina a cura di Barbara Ganz



Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

un dato che evidenzia che ci sono ampi margini di crescita, per una regione manifatturiera come il Veneto, con competenze nella lavorazione dei materiali, nel tessile e nella trasformazione alimentare, la pet economy rappresenta un segmento ad alto potenziale di sviluppo».

Le storie In alcuni casi la nascita di una piccola impresa dedicata ai pet significa un cambio di vita. È il caso di "Dudo veste nudo", laboratorio di confezioni su misura in tessuti e fibre naturali tutti con certificazione Oeko-Tex Standard 100 classe I, o filati come lana merinos, alpaca, o cachemire per gatti nudi (più correttamente Canadian Sphynx, o Donskoy) aperto dal 2010 a Villafranca di Verona. Qui non si vestono solo gli Sphynx ma anche cani di tutte le taglie, suricati e a volte anche qualche umano. Luisa Michela Pregnolato aveva un lavoro come assistente alla poltrona quando è arrivata la malattia, che l'ha costretta a un intervento chirurgico impegnativo alla testa e ha avuto come conseguenza anche una emiparesi, poi risolta. «Mi è stato detto che non ero più adatta a un lavoro nel quale contava anche l'aspetto estetico - racconta oggi - Questo negozio online, aperto dal 2013 e dal 2015 iscritto come attività artigiana, oggi mantiene me, i miei animali e una colonia di 30 gatti che accudisco». Luisa, 61 anni a febbraio, ricorda che «mi avevano preannunciato quattro giorni di ricovero, ci sono rimasta per 40. E il mio gatto, non vedendomi più, si è lasciato morire di fame. Quando sono tornata a casa non ero in grado nemmeno di stare in piedi e lui neanche, ma si è alzato e si è venuto ad accoccolare in braccio a me, e nonostante gli sforzi dei veterinari non c'è stato più nulla da fare. Il lunghissimo digiuno aveva compromesso irrimediabilmente gli organi interni. Per questo la mia attività porta il suo nome». Oggi il brand è registrato: «Un passo importante che custodisce e tutela il mio lavoro ed i miei modelli, frutto di esperienza, dedizione e ore passate tra filati, tessuti e nuove idee. Grazie agli anni di prove, studio dei corpi e dei diversi modelli felini, ho sviluppato le mie taglie standard, un sistema di misure collaudato che permette ai miei capi di vestire al meglio, con precise proporzioni e massimo comfort». Oltre agli abitini per mici Dudo Veste Nudo realizza coperture e ricambi per tiragraffi, e cucce di diverso genere. Gli ordini arrivano fra l'altro da Stati Uniti, Belgio, Francia, Malta e una spedizione è partita per l'Australia. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

Primo piano | Medio Oriente in fiamme

Effetto guerra, meno Pil e carovita S&P dimezza le stime sulla crescita

Riviste le attese dell'Italia allo 0,4%. L'inflazione Ue può correre fino al 5% Panetta: i conti tengono Tajani: sì al dialogo

ANDREA RINALDI

Inflazione «al di sopra del 2% nel breve periodo» e fino al 3,1% nel secondo trimestre con una crescita rivista al ribasso di 0,3 punti rispetto alle previsioni di dicembre. Lo «shock energetico» del conflitto in Medio Oriente impone alla Bce una revisione delle sue previsioni, considerando «un impatto rilevante» sui prezzi e sul Pil dell'area euro.

Ieri intanto le Borse europee hanno accusato la gelata da parte di Donald Trump su una possibile tregua, ma poi hanno recuperato, pur chiudendo sempre in rosso, con le indiscrezioni di stampa su un protocollo tra Iran e Oman per il transito delle navi nel golfo Persico: Francoforte -0,54%, Parigi -0,24%, Milano -0,20%, Londra +0,74%. Il petrolio Wti è schizzato fino a 111,2 dollari al barile aggiornando i massimi dal 2022 e accorciando le distanze dal record del 2008. Il Brent invece ha scambiato a fine giornata il contratto spot a 107,6 dollari (+7%).

Nell'ultimo Bollettino economico Francoforte avverte che si allontana nel breve periodo l'obiettivo dell'inflazione al 2%: il rialzo dei prezzi dei beni energetici causato dalla guerra in Iran, secondo le stime, la spingerà nell'Eurozona al di sopra del target dei prezzi nel breve periodo, addirittura con «un brusco rialzo» al 3,1% nel secondo trimestre, cui seguirebbe un calo al 2,8% tra luglio e settembre a seguito della flessione delle quotazioni delle materie prime energetiche implicita nei prezzi dei contratti future.

Clima deteriorato La Banca Centrale Europea stima che il costo della vita si attesterà in media al 2,6% quest'anno, al 2% l'anno prossimo e al 2,1% nel 2028. Una situazione che «richiede un monitoraggio attento» ed eventualmente l'adeguamento di «tutti gli strumenti» di cui l'Eurotower dispone «nell'ambito del proprio mandato per assicurare che l'inflazione si stabilizzi». Leggasi: stringere il rubinetto della politica monetaria. Se infatti, prima della guerra, l'economia mondiale mostrava «segnali di tenuta», ora «l'esperienza dei passati shock energetici avversi suggerisce che l'erosione del reddito reale e il deterioramento del clima di fiducia che ne conseguono potrebbero gravare in misura significativa sui **consumi** privati» - scrive la Bce -: «la forza di tali effetti dipenderà dall'intensità e dalla durata del conflitto, nonché dalla conseguente sua trasmissione».

Non bastasse, a rannuvolare ancor più lo scenario è arrivata anche S&P Global Ratings, secondo cui in Europa, «se lo shock petrolifero fosse più severo e durasse oltre lo scenario di base, l'inflazione potrebbe superare il 5% a maggio-giugno, mandando l'economia in recessione tecnica a metà anno». Con l'Italia a fare il vaso di coccio poiché subirebbe l'impatto più forte vedendo quest'anno la propria



Corriere della Sera

Economia, consumi e società

crescita dimezzata dal precedente 0,8% a 0,4%. Per gli Usa invece - fa notare il Fmi - quest'anno il Pil sarà del +2,6%.

Conti stabili Ma la fiammata dell'energia non deve distogliere da ulteriori complicazioni, come sottolinea il governatore di Bankitalia alla sedicesima Conferenza congiunta ministero degli Esteri - Banca d'Italia alla Farnesina: «Le tensioni sui mercati energetici preoccupano non solo per l'impatto immediato su inflazione e crescita, ma anche per le possibili ripercussioni sulla stabilità finanziaria». Se infatti si sommano la crisi politica, quella energetica e quella finanziaria «la situazione diventa particolarmente delicata. In presenza di volatilità e incertezza elevate, le fragilità preesistenti potrebbero trasformarsi in canali di amplificazione degli shock». Tuttavia, fa notare il vertice di Via Nazionale, «nonostante il dispiacere che abbiamo nel vedere aumentare gli spread, dobbiamo considerare che se avessimo affrontato questo stesso shock con condizioni di finanziamenti pubblici peggiori, quali quelli che avevamo qualche anno fa, l'impatto sarebbe stato molto più rilevante». Per cui Panetta esorta a mantenere presso i mercati la buona percezione «sulla tenuta della finanza pubblica italiana», che «fino a ora ci ha tenuto al riparo».

Ieri il vicepremier e ministro degli Esteri Antonio Tajani ha fatto il punto sulla guerra in Iran in una riunione ministeriale della coalizione per lo stretto di Hormuz convocata dal Regno Unito.

De-escalation Nel suo intervento il ministro ha ribadito la posizione italiana per un'immediata de-escalation e il ritorno al dialogo diplomatico, sottolineando il pieno coordinamento con i partner europei e internazionali e il sostegno a ogni soluzione negoziale capace di garantire stabilità nella regione. Richiamando la dichiarazione del G7 del 27 marzo, Tajani ha confermato «l'impegno dell'Italia a contribuire agli sforzi internazionali per tutelare la libertà di navigazione, nel rispetto del diritto internazionale, e per salvaguardare la stabilità dei mercati energetici». Il Ministro ha inoltre indicato «la disponibilità del nostro Paese a valutare la partecipazione a iniziative multilaterali per garantire il passaggio sicuro delle navi nello Stretto, sottolineando come un chiaro mandato dell'Onu rappresenti un elemento essenziale».

La Nuova Ferrara Economia, consumi e società

«La spesa è un'impresa» Uova e coniglio al rialzo

I costi dei prodotti tipici festivi segnano +5,2% rispetto al 2025 La cittadina: «Il caro prezzi si sente tanto per frutta e verdura»

Ferrara La Pasqua è alle porte e i ferraresi stanno pensando a come imbandire la propria tavola, che siano pranzi con parenti o amici. La scelta su cosa mangiare non è semplice ed è sempre più influenzata dalla componente etica e, soprattutto, da quella economica.

Gli aumenti L'Osservatorio Nazionale Federconsumatori ha monitorato i costi dei prodotti tradizionali dolci e salati della Pasqua: dalla rilevazione emerge che l'aumento medio complessivo nel 2026 è del +5,2% rispetto allo scorso anno. Sempre seguendo i dati di Federconsumatori, la colomba classica ha avuto una crescita di prezzo del +7% rispetto al 2025; le uova fresche un aumento dell'8%, l'agnello e il coniglio del 10%. Nel 2025 l'agnello costava 24,55 euro al kg (si parla sempre di medie), mentre ora raggiunge i 26,90 euro. Il coniglio è passato da 13,55 euro al kg a 14,80.

Ma è l'uovo di Pasqua a diventare sempre più salato: un prodotto di marca da 220 grammi costa oggi in media 16,99, esattamente un euro in più rispetto all'anno scorso. E il più famoso delle uova al cioccolato, quello da 150 grammi della Kinder desiderato da tutti i bambini, è arrivato a costare tra i 12 e i 13 euro, tre in più in media rispetto allo stesso prodotto nel lontano 2015.

Gli acquisti dei cittadini La signora Carmela, originaria di Salerno e a Ferrara da 42 anni, farà il pranzo di Pasqua a casa: «Preparerò pizza di scarola, pastiera e carciofi. Di primo ci saranno gnocchi alla sorrentina (per soddisfare tutti i gusti), a seguire arrostiti con patate e verdure. Colomba come dolce». Per fortuna (visti i prezzi) i nipoti sono ormai grandi e non vogliono più le uova di Pasqua. E aggiunge che «al **supermercato** non ho percepito grandi variazioni di prezzo rispetto agli ultimi mesi ma, rispetto a qualche anno fa, l'aumento è visibile, soprattutto per i prodotti tipici».

Pranzo molto più da tradizione locale sarà quello di Katia Manfrini, che si sederà in una tavolata da sette persone a casa dei genitori del compagno. Dopo un aperitivo con salume e prosecco, si mangeranno cappelletti in brodo (rigorosamente fatti in casa, per i quali non esiste stagione), «e io preparerò un brasato fatto con il cappello del prete; poi pinzimonio e un dolce che farò col pandoro di Natale». Per quanto riguarda i prezzi, «ho acquistato quattro uova di Pasqua della Bauli in sconto, perché Kinder, Ferrero Rocher e Lindt hanno costi allucinanti, attorno ai 20 euro: sono ormai intoccabili, delle uova d'oro».

Katia ha fatto la spesa da Eurospin e Aliper: nel primo trova buona la carne e i prezzi competitivi; nel secondo ci sono dei buoni prodotti spesso in sconto. Però conclude con una nota amara. «Noi usiamo spesso il radicchio e rispetto all'anno scorso, al **supermercato**, costa 2 euro in più al chilo»;



La Nuova Ferrara

Economia, consumi e società

anche i pomodori sono aumentati. Fare la spesa è diventata davvero un'impresa».

Qualcuno passerà via la Pasqua, come Rachele Melato che andrà in Costa Azzurra; l'inflazione «si percepisce nella quotidianità - afferma Rachele -. Di solito faccio la spesa al **supermercato** e a volte prendo la carne in macelleria: la qualità è nettamente migliore ma costa anche il 30% in più. Per Pasqua sarò via ma costa tutto di più: trasporti, pernottamento e anche le uova di cioccolato».

«Il caro prezzi si sente eccome - dice Iliana Corli -, soprattutto per frutta, verdura e ora per i prodotti pasquali». La signora al pranzo di domenica mangerà pasticcio al ragù, carne alla griglia, tiramisù e qualche costina d'agnello «ma poco, perché mi sento in colpa: se non fossi costretta a mangiare carne per la mia salute, ne farei volentieri a meno». A proposito di agnello, una signora ferrarese vorrebbe preparare questa carne tradizionale. A condizione che lo trovi. «Mercoledì ero in un **supermercato** in centro e sono rimasta stupita dal fatto che non avessero l'agnello. E non sanno se arriverà o no. Non ho capito se sia per una questione di "coscienza" o se manchi la materia prima; di certo, non mi era mai successo prima». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Gazzetta di Reggio Economia, consumi e società

Come è cambiato l'universo della carne

Dall'11 al 14 aprile a Fiere di Parma ecco "BBQ Expo" insieme a "Butcher Show"

Chiedete un brisket al vostro macellaio di fiducia.

Qualche anno fa avreste ottenuto uno sguardo perplesso. Oggi, sempre più spesso, la risposta è: «Ce l'ho». Il petto di manzo a lunga cottura, insieme al pulled pork, al turkey breast e alle ribs, ha smesso di essere un prodotto per appassionati e si è insediato stabilmente nei banchi della carne.

È il segno visibile di una trasformazione profonda nel modo in cui gli italiani pensano, acquistano e cucinano la carne - e dall'11 al 14 aprile a Fiere di Parma, BBQ Expo, in contemporanea con Butcher Show, la fotografa in tempo reale: tendenze, tagli, attrezzature e filiere di un settore in crescita costante.

Il percorso è stato rapido.

Nell'arco di un decennio, la cultura del barbecue americano - fatta di cotture lunghissime, fumo controllato, tagli selezionati - ha attraversato il confine dell'appassionato di nicchia ed è arrivata fino ai banchi frigo della grande distribuzione.

Oggi il pulled pork si trova nei **supermercati**: pochi anni per compiere questo viaggio dal circuito degli eventi specializzati agli scaffali della GDO.

E il cliente che entra in macelleria sa cosa vuole: conosce la differenza tra un taglio adatto a una cottura rapida e uno pensato per resistere dodici o quindici ore a bassa temperatura. Riconosce la marezzatura, chiede lavorazioni specifiche. Brisket, ribs, boston butt non sono più parole per iniziati.

La trasformazione non riguarda solo la filiera professionale. Anche il barbecue domestico ha cambiato faccia. La grigliata estiva improvvisata ha lasciato il posto a un approccio progettuale: termometri digitali, sonde per monitorare la temperatura interna, pellet che garantiscono combustione costante. Chi si avvicina al BBQ americano in casa investe in strumenti, studia tecniche, confronta risultati. Non è più un rito conviviale improvvisato. È una disciplina con le sue regole - e con le sue aspettative di risultato. Questo ecosistema in crescita trova la sua piattaforma naturale nel cuore della Food Valley dove BBQ Expo e Butcher Show mettono in dialogo professionisti, appassionati e produttori: tecniche di cottura, nuovi tagli, attrezzature di ultima generazione. .



Il Gazzettino (ed. Padova) Economia, consumi e società

Gasolio alle stelle, agricoltori in affanno: «Costi raddoppiati»

La Cia accusa: «Rincari ingiustificati, serve un tavolo a tutela della filiera» L'appello: «Subito misure compensative per il comparto, oggi in grave sofferenza»

SILVIA QUARANTA

LA SITUAZIONE PADOVA Il prezzo del gasolio agricolo in un mese è quasi raddoppiato, passando da 0,75 euro al litro fino a punte di 1,20-1,25. Un'impennata che, insieme al caro fertilizzanti e all'inflazione, mette sotto pressione le aziende agricole del territorio. Per questo Cia Padova chiede alla Regione di attivare tavoli permanenti di monitoraggio con l'obiettivo di fermare quelli che definisce «rincari ingiustificati» lungo tutta la filiera, tutelando produttori e consumatori.

GLI AUMENTI «Nell'ultimo mese, in provincia, - scrive in una nota l'associazione di categoria - il gasolio agricolo è passato da 0,75 euro al litro a 1,20-1,25 euro al litro, con costanti fluttuazioni verso l'alto. Impennata pure per i fertilizzanti, in particolare l'urea, che da gennaio ha registrato una crescita di costo del 35%. Mentre l'inflazione continua a galoppare: +1,7% su base annua (marzo 2025/marzo 2026, dati Istat), e +0,5% su base mensile».

LA RICHIESTA «Aumentano i prezzi sugli scaffali dei **supermercati** - chiarisce Cia Padova - ma agli agricoltori rimane sempre meno. Appena il 10% del prezzo finale». Da qui la richiesta, indirizzata al presidente della Regione, Alberto Stefani, perché solleciti il Governo, tramite la Conferenza Stato-Regioni, a stanziare immediatamente risorse e misure compensative per il comparto, oggi in grave sofferenza.

Non solo. «Le Istituzioni europee adottino nell'immediato politiche eccezionali, scorporando le risorse anticrisi energetica dai rigidi vincoli del patto di stabilità e crescita. Per l'agricoltura questo è il periodo clou - sottolinea il presidente di Cia Padova, Luca Bisarello - A breve, difatti, cominceranno le semine».

LE DIFFICOLTÀ «Gli imprenditori agricoli - sottolinea ancora l'associazione di categoria - sono l'anello più esposto e debole dell'intera filiera, con l'aggiunta dell'impossibilità strutturale di trasferire i rincari sul prezzo di vendita. Oggi più che mai intendiamo stringere un'alleanza fra l'agricoltura e il mondo della politica - prosegue Bisarello - così da garantire la continuità produttiva, anche a beneficio delle comunità». Tra le priorità indicate dalla Cia, il credito d'imposta per l'acquisto del gasolio agricolo. L'intervento è stato annunciato dal Ministero alle Politiche agricole: «Ora - conclude la nota - dalle parole si passi ai fatti. Tra i benefici, il recupero di parte della spesa per il carburante, di modo da assicurare una maggior sostenibilità economica alle aziende agricole stesse». L'aumento dei costi dei carburanti è un problema generalizzato soprattutto di chi ne consuma in grandi quantità per lavoro: tra le categorie più colpite, come ha segnalato di recente la Confesercenti, anche gli agenti



Il Gazzettino (ed. Padova)
Economia, consumi e società

di commercio, che ogni giorno percorrono lunghe distanze. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

i rincari

Stangata del 20% sul gas il taglio delle accise prorogato al 1° maggio

A marzo schizzano le bollette per i fragili Per i consumatori salasso da duemila euro l'anno Oggi il Dl che rinnova gli sconti sui carburanti

GIUSEPPE COLOMBO

gata a doppia cifra. Sui più fragili. Il conflitto in Iran fa schizzare le **bollette** del gas degli utenti vulnerabili del 19,2%. L'aggiornamento delle tariffe di marzo, comunicato dall'Arera, non lascia spazio a dubbi: al primo mese di guerra, l'aumento delle quotazioni all'ingrosso del metano ha scaricato una valanga di rincari sui consumi delle famiglie italiane più in difficoltà. Ecco l'effetto domino: il prezzo della materia prima è salito da 35,21 a 52,12 euro. In scia, la tariffa è balzata da 109,85 a 130,97 centesimi al metro cubo. Lo scudo dello Stato non è bastato a tutelare over 75, percettori di bonus in disagio economico e disabili. In tutto 2,3 milioni di cittadini. Sono loro a pagare per primi. Le associazioni dei consumatori hanno già fatto i conti: un salasso da oltre duemila euro in più all'anno per luce e gas. I dati dell'Autorità per l'energia sono anche una sveglia al governo. A taccuini chiusi prevale la preoccupazione per l'ondata degli aumenti, che a breve si riverserà anche sulla maggior parte dei cittadini, quelli che stanno sul libero mercato. Ma lo spazio di manovra per un nuovo intervento al momento non c'è. Contro il caro **bollette** resta solo il decreto approvato a metà febbraio.

In tutto 5 miliardi di aiuti in due anni: quello che il Senato trasformerà in legge la settimana prossima è però un provvedimento già bruciato dai rincari. Tutto da rifare o quasi. Ma non subito. I soldi in cassa sono pochi. Bastano solo per un intervento. La scelta è ricaduta sulla proroga del taglio delle accise sui carburanti. Arriverà stamattina sul tavolo della riunione del Consiglio dei ministri convocata a palazzo Chigi alle 9. All'ordine del giorno un decreto dal titolo emblematico: "Disposizioni urgenti in materia di prezzi petroliferi connessi alle crisi dei mercati internazionali, nonché in favore delle imprese". In tutto circa 500 milioni per allungare la durata dello sconto di 24,4 centesimi su un litro di benzina e gasolio introdotto il 19 marzo e in scadenza martedì prossimo. I soldi serviranno a prolungare la misura per 24 giorni, dall'8 aprile al Primo maggio. La data della nuova scadenza non è casuale: i tecnici dell'esecutivo hanno lavorato fino all'ultimo per evitare che la riduzione di accise e Iva terminasse nel giorno in cui gli italiani si spostano in massa per la tradizionale gita fuori porta in occasione della festa del lavoro. Le risorse arrivano dall'extragettito Iva di marzo (circa 200 milioni) e dai proventi delle aste di CO2 (300 milioni). Serviranno anche a finanziare un credito d'imposta al 20% per gli acquisti di gasolio sostenuti dagli agricoltori a marzo: la misura assorbirà 30 milioni dell'importo complessivo del provvedimento. È un segnale a una categoria esclusa dalla prima tornata degli aiuti. Appena due settimane fa, infatti, l'esecutivo aveva deciso di aiutare solo gli autotrasportatori e i pescherecci. Ma la crisi corre e cambia le carte in tavola. Su impulso



La Repubblica

Economia, consumi e società

del ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, la rete degli aiuti prova ora ad allargarsi. Lo stesso si proverà a fare con la misura "regina" del decreto: il rinnovo del taglio delle accise sarà rafforzato con una riduzione ulteriore del prezzo alla pompa sulle autostrade. L'Aiscat, l'associazione che raggruppa le società concessionarie, ha avviato un confronto con gli operatori per arrivare «in tempi stretti» a una riduzione del prezzo alla pompa di 5 centesimi al litro. Secondo il Codacons servirà a ben poco: a fronte di prezzi medi del gasolio che ieri in autostrada hanno raggiunto quota 2,144 euro al litro - annota l'associazione dei consumatori - un taglio da 5 centesimi si tradurrà in un risparmio di appena 2,5 euro a pieno. Nel decreto anche una norma per assegnare gli 1,3 miliardi già stanziati con la manovra a Transizione 5.0 come promesso a Confindustria. ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Economia, consumi e società

Venerdì 3 aprile 2026

Un italiano su quattro a rischio povertà e esclusione sociale

Sono 3,3 milioni le persone in stato di grave deprivazione, penalizzate le coppie con figli. In aumento i lavoratori poveri

ROSARIA AMATO

Quasi una persona su quattro in Italia (il 22,6% per 13,3 milioni) è a rischio di povertà, esclusione sociale o bassa intensità di lavoro, con un calo di mezzo punto rispetto al 2024. Le politiche del governo redistribuiscono gli svantaggi tra le famiglie: a fronte di un miglioramento delle condizioni delle coppie con tre o più figli (che hanno beneficiato di diverse misure adottate dal governo Meloni) l'Istat registra un peggioramento per le coppie con due figli, mentre il rischio di povertà continua a rimanere contenuto per le coppie con un figlio.

Se il rischio di povertà rimane stabile, inoltre, passa dal 4,6% del 2024 al 5,2% (3,3 milioni di persone) la quota di popolazione in condizioni di grave deprivazione materiale e sociale. Tra gli indicatori per questa categoria particolarmente disagiata c'è l'impossibilità di riscaldare adeguatamente l'abitazione, o di consumare almeno ogni due giorni un pasto proteico, o di affrontare una spesa imprevista.

Si rischia la povertà anche perché, pur lavorando, si guadagna troppo poco, e non solo perché gli stipendi sono bassi, ma anche perché l'attività è distribuita su una parte limitata dell'anno. È in condizioni di povertà lavorativa l'88,4% di chi lavora per meno di 4 mesi l'anno, scende al 57,1% per chi lavora tra i 4 e i 9 mesi l'anno e al 13,2% per chi lavora più di 9 mesi. In media, i lavoratori a basso reddito sono un quinto del totale, in aumento rispetto ai livelli pre-crisi: nel 2007 si fermavano al 17,7%.

Rispetto al 2007 le famiglie italiane non sono riuscite neanche a recuperare in termini di redditi, nonostante la crescita del 2024. In termini reali infatti i redditi familiari sono ancora inferiori, in media, del 4,9% rispetto al periodo precedente la crisi finanziaria globale. Con una buona dose di disuguaglianze: la contrazione risulta più marcata nel Centro (-9,3% rispetto al 2007) e nel Mezzogiorno (-6,9%) e relativamente più contenuta nel Nord-est (-2,5%) e nel Nord-ovest (-1,8%). Inoltre, la flessione dei redditi è stata particolarmente intensa per le famiglie la cui fonte di reddito principale è il lavoro autonomo (-13,4%) o dipendente (-6,3%), mentre per le famiglie il cui reddito è costituito principalmente da pensioni e trasferimenti pubblici si registra un incremento pari al 6,6%.

Lancia l'allarme la Cgil: i dati dell'Istat mostrano una «emergenza da affrontare urgentemente: 13,3 milioni di persone sono a rischio di povertà ed esclusione sociale». E incalzano le opposizioni: il capogruppo Pd in commissione Lavoro alla Camera, Arturo Scotto, rilancia il salario minimo per contrastare il lavoro povero, mentre dal M5S Valentina Barzotti, in commissione Lavoro, sottolinea come i dati Istat certificano «il fallimento delle politiche adottate dal governo in questi anni». ©RIPRODUZIONE RISERVATA.



La Stampa

Economia, consumi e società

Dodici mesi dopo il "Liberation Day" gli americani sono sotto la tenaglia dei rincari: 40 dollari per una t-shirt i prezzi dei dolci crescono del 6% Le famiglie pagano 1.500 dollari in più ma Trump conferma le tariffe su acciaio, alluminio e farmaceutica

Dazi l'anno orribile

Alberto Simoni

Alberto Simoni Corrispondente da Washington Un anno fa Donald Trump mostrava la tabella con le tariffe reciproche per ogni Paese, elenco di numeri dal quale l'Amministrazione contava di fare bingo, riportare in patria produzioni industriali dimenticate, attrarre investimenti e dare imperitura fortuna all'America First. Un anno dopo non solo è cambiata la location di quella promessa strombazzata nel "Liberation Day" - il Giardino delle Rose da splendido prato è diventato un patio pavimentato -, ma sono cambiati anche gli Usa e l'uso come clava politica delle tariffe è stato ridimensionato dalla sentenza della Corte Suprema dello scorso febbraio.

Vicino alla Gadsby's Tavern nel cuore di Old Alexandria, posto amato da George Washington, gli avventori non mancano. Così come nel vicino The Warehouse o al Wharf. Ma i portafogli degli americani sono più gonfi di speranze che di contanti: il debito sulle carte di credito è schizzato a 1.300 miliardi di dollari, circa 6.500 dollari a testa, e circa metà della popolazione non salda il conto mensilmente a causa dell'aumento di affitti, delle

assicurazioni sanitarie, del cibo e della stagnazione degli stipendi. Il costo del carburante è ben oltre i 4 dollari al gallone, causa conflitto in Iran. Le ricadute delle tariffe si aggiungono a questi ed altri fattori.

Fuori da un supermercato Safeway nei sobborghi di D.C., una famiglia entra a fare la spesa. Spenderanno di più rispetto a un anno fa, quasi il 3% - oltre il livello quindi dell'inflazione -, secondo il Dipartimento dell'Agricoltura.

Solo per comprare lo zucchero e i dolci pagheranno il 5,7% in più; il prossimo anno le stime parlano di aumenti del 6,7%. Una bottiglia di vino mediamente si è apprezzata fra uno e 2,40 dollari. Nei supermercati ci sono meno offerte, meno promozioni e anche la disponibilità di prodotti è diminuita, ha notato Business Week in un'inchiesta recente.

L'indice dei prezzi al dettaglio elaborato dal Cato Institute registra - sia per produzione domestica sia per i beni importati - a partire dal 2 aprile 2025 una variazione verso l'alto della curva altrimenti in progressivo e graduale calo. Uno studio della Harvard Business School del 30 gennaio su migliaia di prodotti ha concluso che i prezzi dei beni importati sono aumentati approssimativamente il doppio rispetto a quelli dei beni nazionali. La traslazione dei dazi a livello di vendita al dettaglio ha raggiunto il 24 per cento, contribuendo per circa 0,76 punti percentuali all'Indice dei prezzi al consumo complessivo entro l'ottobre 2025. I costi tariffari sono stati gradualmente, ma costantemente, trasferiti ai consumatori



La Stampa

Economia, consumi e società

statunitensi, generando ulteriori effetti di ricaduta anche sui beni di produzione nazionale. Il 5 marzo la Federal Reserve ha diffuso un report: l'impatto delle tariffe è stato lento ma progressivo, non c'è stato il picco.

Ma non significa che a pagare le politiche protezionistiche di Donald Trump non siano stati gli americani. La Fed di New York in un report recente e criticato dalla Casa Bianca ha addirittura posto la quota del costo dei dazi per i consumatori al 94%, prevedendo una riduzione dell'impatto all'86% in futuro. Il capo della Federal Reserve nell'ultima conferenza stampa, dieci giorni fa, ha imputato alle tariffe la responsabilità di contribuire per lo 0,5%-0,75% al tasso di inflazione. Ecco perché, la lettura di Jerome Powell, siamo "oltre il 2%" obiettivo fissato da tempo cui portare l'inflazione. Basta mettere piede in un supermercato o in un centro commerciale e le evidenze non mancano. Siamo stati al Fashion Center a Pentagon City fra Alexandria e Washington. I negozi sportivi vendono sneakers di ogni prezzo, ma il manager di un punto vendita ci dice che oggi le scarpe da ginnastica si pagano il 20% in più rispetto al 2024; gli aumenti per i capi di abbigliamento sono attorno all'8%. Mediamente, perché una t-shirt identica acquistata ieri è sui 40 dollari, un anno fa 32. Il Dipartimento dell'Agricoltura ha pubblicato un report e stimato il peso della scure daziaria sulle famiglie nel 2025: 1.500 dollari in più rispetto al 2024. Fuori dall'Apple Center vicino a Mt. Vernon Square, nel cuore di Washington, escono acquirenti e clienti senza nulla in mano. Chi ha comprato ieri un iPhone o un MacBook Pro lo ha pagato dal 12 al 18% in più rispetto al primo trimestre del 2025. I rincari sono compositi, una quota fra il 6 e il 10% del totale è dovuta ai dazi sull'import. La Casa Bianca non solo difende la politica dei dazi, ma la conferma. La sentenza con cui a febbraio la Corte suprema ha definito incostituzionale le modalità di imposizione dei dazi tramite le misure emergenziali dell'leapa, ha demolito lo strumento, ma non la filosofia trumpiana. Ieri il presidente Usa ha firmato un ordine esecutivo che conferma i dazi sui prodotti farmaceutici e su alluminio, rame e acciaio (per l'Europa la tariffa è al 15%) e meccanismi punitivi o di premi per chi sposta la produzione di pillole e medicinali negli stabilimenti Usa. Il dazio sui metalli resta al 50% e sarà calcolato sul «prezzo reale pagato negli Usa», non quello dichiarato all'estero per evitare, spiega una fonte, «trucchi sui prezzi». - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Corriere della Sera

Economia, consumi e società

Ivass

Assicurazioni, in nove mesi raccolta premi a 126,2 miliardi

Nei primi nove mesi del 2025, le imprese con stabile organizzazione in Italia hanno registrato una raccolta premi complessiva pari a 126,2 miliardi di euro. Il settore Danni ha totalizzato 36,5 miliardi di euro, valore massimo dal 2011, con un aumento del +7,0% rispetto allo stesso periodo del 2024. È quanto emerge dai dati di Ivass relativi alla raccolta premi al terzo trimestre 2025, in cui si evidenzia che «prosegue così la crescita avviata nel 2021, dopo la contrazione in coincidenza della pandemia». Il settore Vita evidenzia un incremento su base annua pari al +7,2%.



Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

Patrizio Neri: Con le innovazioni torna il reddito in agricoltura. Si coltiverà nello spazio

In campagna con i droni e l'IA

Ogni italiano nel 2025 ha mangiato 92 kg di ortofrutta

CARLO VALENTINI

«Il nostro Paese è il maggiore esportatore d'Europa di ortofrutta in Medio Oriente e quindi è il più esposto davanti a una situazione così critica. Lo scorso anno l'export in quell'area ha superato 150 milioni di euro. Le difficoltà che dobbiamo fronteggiare sono molteplici: le incognite delle rotte commerciali (abbiamo container bloccati in mare), l'allungamento dei tempi di transito, le ripercussioni sui prodotti freschi, la crescita del costo dei fertilizzanti, l'incremento dei costi energetici e dei carburanti, insieme a quello delle assicurazioni nel trasporto. Siamo davanti a una

delle peggiori crisi degli ultimi anni»: Patrizio Neri è uno dei maggiori imprenditori italiani dell'ortofrutta (Jingold, Fuitimprese, Frutteto) ed è presidente di CesenaFiera, che organizza Macfrut, dedicata alla filiera internazionale del settore (dal 21 aprile, a Rimini). Domanda. Come reagire a queste difficoltà? Risposta. L'Italia ha raggiunto lo scorso anno la cifra record di 6,7 miliardi di euro di export (+11%), una cifra importante nel quadro di un comparto che alla produzione vale circa 19 miliardi di euro. Oggi più del 70% dell'export delle aziende italiane del settore avviene entro i confini europei. La Germania è il primo partner commerciale (2,1 miliardi di euro) seguita da Francia (722 milioni), Austria (476 milioni), Svizzera (397 milioni) e Spagna (319 milioni). È evidente la necessità di consolidare questi mercati ma nel contempo ampliare gli orizzonti internazionali. Ci stiamo impegnando, insieme al ministero dell'Agricoltura, soprattutto verso Cina, Messico, Brasile e Sudafrica. Riteniamo che questi sforzi daranno già a breve termine buoni risultati di penetrazione dei prodotti italiani su quei nuovi mercati. D. Cosa aspettarsi dal Mercosur, l'accordi di libero scambio tra Ue e il mercato comune del Sud America, composto da Brasile, Argentina, Paraguay e Uruguay?

R. È difficile prevederlo, siamo solo agli inizi. Può certamente rappresentare un'opportunità poiché si tratta di un mercato di 273 milioni di persone, però è importante che si sviluppi in un'ottica di reciprocità di condizioni, soprattutto sugli standard qualitativi.

D. Quali sono le sfide che gli agricoltori italiani ed europei dovranno affrontare nel prossimo futuro?

R. Sono molteplici ma in primo piano metterei gli aspetti agronomici e della ricerca, poi gli sforzi per aumentare l'export. Ci stiamo impegnando per trovare risposte rapide ed efficaci su agenti patogeni, mutamenti climatici, gli sviluppi dell'editing genomico che migliora le piante rendendole più resistenti a malattie e clima, riducendo l'uso di agrofarmaci. E ancora il corretto utilizzo delle risorse, acqua in primis. Un ruolo centrale lo può svolgere l'applicazione della robotica in campo, associata alle



Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

nuove tecniche legate all'intelligenza artificiale. Siamo già in fase avanzata con l'utilizzo dell'Internet of Things che consente di raccogliere dati in tempo reale attraverso sensori installati su suolo, colture, impianti di irrigazione e macchine agricole, permettendo un monitoraggio continuo delle condizioni ambientali e produttive. C'è poi il progetto per l'utilizzo dei droni nei trattamenti fitosanitari. Forse dobbiamo anche incominciare a pensare alle tecnologie per la coltivazione di ortaggi nello spazio e sulla luna.

D. C'è quindi un made in Italy dell'innovazione in agricoltura.

R. Sì, il nostro Paese è leader mondiale nelle tecnologie più avanzate in questo settore. Non a caso a Macfrut saranno presenti 1400 espositori, il 40% stranieri che vengono non solo perché interessati ai prodotti ma anche alle tecnologie, ci saranno un frutteto di meli, ciliegie e un vigneto dotati anche di reti antigrandine di ultima generazione e di pannelli agrovoltai. Vogliamo esportare non solo prodotti agricoli ma anche le tecnologie per coltivarli. Quest'anno la regione-partner della fiera è la Sicilia che con la sua superficie coltivata ad ortofrutta di oltre 263mila ettari (22% del totale nazionale) e la sua produzione di 4,6 milioni di tonnellate (19% della produzione ortofrutticola italiana), rappresenta un vero e proprio fiore all'occhiello del nostro Paese.

E' anche la prima regione nella produzione del biologico con circa 47mila ettari coltivati, pari a circa un quarto del totale nazionale.

D. I trend al consumo cosa premiano?

R. Il volume di vendita degli ortaggi freschi è cresciuto del 3,5%, stabili quelli surgelati (+0,2%), il consumo di frutta è aumentato del 2,7%, si riducono i succhi (-6,5 %), c'è l'exploit delle fragole (+8,9%), leggera crescita per la frutta fresca bio confezionata (+1,8%). L'acquisto medio per famiglia è stato lo scorso anno di 207 kg (+2,9% sul 2024), con una spesa di 519 euro (+4,9%). A livello pro-capite il consumo raggiunge 92 kg, ancora inferiore ai livelli del 2021 ma in netto recupero. Le famiglie mono e bi-componente rappresentano ormai circa i due terzi della spesa complessiva.

Gli over 65 si confermano il segmento più rilevante: generano il 40% della spesa.

D. C'è redditività in campagna?

R. Chi utilizza l'innovazione varietale e le tecnologie soprattutto digitali sta riuscendo a fare reddito dopo un lungo periodo di sofferenza. Chi invece per tanti motivi, come la piccola dimensione poderale o il mancato rinnovo generazionale, ha mantenuto una gestione tradizionale riesce ad avere un reddito soddisfacente a fasi alterne e quindi incontra molte difficoltà.

D. Quali ostacoli ci sono allo sviluppo del comparto?

R. Negli ultimi anni si è verificato uno spostamento della criticità dagli aspetti commerciali a

Italia Oggi

Innovazione e mondo digitale

quelli della produzione: dieci anni fa l'Italia vantava una produzione di 26 milioni di tonnellate di ortofrutta, oggi ne produce circa 24,7 milioni con alcune colture in difficoltà, per esempio nel 2025 si sono prodotte 884mila tonnellate di pesche, dieci anni prima erano quasi il doppio (1,4 milioni di tonnellate). Alcuni nodi critici del sistema produttivo vanno affrontati con un'adeguata politica agricola.

D. In che modo trovare un equilibrio tra le esigenze dell'agricoltura e la transizione green?

R. Se da un lato è importante mettere al centro la sostenibilità green della produzione, nel contempo è fondamentale che abbia una sua sostenibilità economica. Posso comprendere una tendenza alla riduzione nell'utilizzo di prodotti fitosanitari tuttavia questo può avvenire solo se vi sono valide alternative.

Corriere di Bologna Segnalazioni

Ex Fico, il tavolo entro metà aprile I candidati civici: progetto finito

Favia: andrò in Procura; Forchielli: lì va lo stadio; Zanni: meglio un centro congressi

Alessandra Testa

La telonovela sulla Disneyland del cibo, che tutti in città chiamano ancora Fico anche se dal 2024 è diventata Grand Tour Italia, continua.

A scoperciare un nuovo vaso di Pandora sono stati nei giorni scorsi prima il patron **Oscar Farinetti** e l'amministratore delegato Piero Bagnasco che hanno annunciato l'ennesimo piano per rilanciare il parco, poi quattro licenziamenti individuali decisi dalla proprietà senza preavviso. E ora, in attesa che l'allarme occupazionale sia gestito dal tavolo di salvaguardia in via di convocazione da parte della Città metropolitana, contro la «cattedrale nel deserto» di via Paolo Canali si scatenano i tre probabili candidati sindaco che si stanno preparando verso il 2027 per evitare il bis di Matteo Lepore.

L'ex grillino Giovanni Favia è intenzionato a presentare «un dossier in Procura e alla Corte dei Conti per svelare le cialtronaggini compiute», il già imprenditore Alberto Forchielli immagina di smantellare la struttura e di costruirci «il nuovo stadio perché rinnovare il Dall'Ara non è economicamente sostenibile» mentre l'attuale presidente di Confabitare Alberto Zanni pensa ad

«un tavolo di confronto con Fiera, Università e imprese» per attribuire una nuova funzione all'area. Pur con sguardi differenti, il comun denominatore è lo stesso: l'era della cittadella del cibo è finita.

«Di questo scempio, il più grande scandalo vissuto da Bologna negli ultimi trent'anni - attacca Favia - qualcuno deve rispondere».

Il promotore della piattaforma «Uniti per Bologna» cita il fondo immobiliare Pai, parchi agroalimentari italiani, «gestito da Prelios Sgr», che mettendo sul piatto circa 100 milioni di euro, ha reso possibile la nascita di Fico ma soprattutto stima «almeno 35 milioni di euro provenienti dalle casse previdenziali polverizzati e, dunque, scippati ai pensionati». Tra i sottoscrittori del fondo Pai c'erano infatti enti come la cassa forense, l'Enpam dei medici, la Cipag dei geometri, l'Eppi dei periti industriali e l'Enpapi degli infermieri.

«Già nel 2014 come consigliere comunale chiesi il piano industriale ma cadde tutto in cavalleria - riavvolge il nastro -. Lepore è stato il padrino di quest'operazione fatta insieme al mondo cooperativo, immobiliare e bancario. Ci sono state varianti urbanistiche ad hoc ai danni dei contribuenti. Chiederò alle istituzioni preposte di fare chiarezza su questa "truffa" prima che arrivi un'altra grande speculazione edilizia».

Molto più suggestive le ipotesi di Forchielli e Zanni.

«La città deve smettere di seguire quel pifferaio magico di **Oscar Farinetti** - azzarda Forchielli -. Lì andrebbe costruito uno stadio moderno sul modello di quello dei Boston Celtics: una bomboniera



Corriere di Bologna

Segnalazioni

da 30 mila posti, servita dal trasporto pubblico, con un parcheggio da almeno 4 mila stalli, bar, ristoranti e sale vip da affittare alle imprese che porterebbero notevoli introiti alla società del Bologna Calcio». Per Zanni, invece, al posto di Fico «dovrebbe nascere un nuovo contenitore, con funzioni politiche per dare a Bologna una dimensione più europea o ricettiva, ospitando un albergo, spazi per le attività congressuali, di studio o sportive che la città già organizza». Nel frattempo, il capo di gabinetto della Città metropolitana Stefano Mazzetti chiarisce: «Non è vero come afferma la Cgil che sono mesi che si attende la convocazione del tavolo di salvaguardia. L'incontro era stato fissato per il 19 marzo, ma una delle categorie invitate (la Uil, ndr) non poteva partecipare. Entro quindici giorni al massimo saremo tutti seduti a quel tavolo».