Alleanza 3.0

# Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 01 agosto 2026

# Rassegna stampa, web e video Coop Alleanza 3.0

sabato, 01 agosto 2026

## Coop Alleanza 3.0


31/07/2026 **Giornale dItalia** 4
Gaza Cola, bibita inventata dall'attivista palestinese Qashoo per ricostruire la Striscia, in vendita in Coop Alleanza 3.0


## Area Emilia Romagna


01/08/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Imola)** Pagina 38 6
'Ausilio' Un aiuto per la spesa

31/07/2026 **Corriere Cesenate** 7
Diabete Beach, al via la lotteria solidale di Diabete Romagna


## Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia


01/08/2026 **Il Piccolo** Pagina 23 9
Furto alla Coop in largo Barriera

01/08/2026 **Il Piccolo (ed. Gorizia)** Pagina 23 *KATIA BONAVENTURA* 10
Raccolta di donazioni record per i "Gati del Monfalcon"

31/07/2026 **corriere.it** 11
La Coop di Treviglio abbassa i suoni per una spesa più inclusiva: il nuovo protocollo per le persone con autismo


## Controllate e partecipate


01/08/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 13 *L.D.* 12
Axa: non compreremo quote di Generali

01/08/2026 **Milano Finanza** Pagina 9 *ANNA DI ROCCO* 13
Rossi: l'operazione europea è quella di Unicredit

01/08/2026 **Milano Finanza** Pagina 18 *ANNA MESSIA* 15
Impegni green: gli alberi Generali e la esco di Reale

01/08/2026 **Milano Finanza** Pagina 39 *CARLO GIURO* 16
Investire dalla culla

01/08/2026 **Corriere della Sera** Pagina 34 *DANIELA POLIZZI E ANDREA RINALDI* 19
Il gelo del Crédit Agricole Banca Intesa, spunta anche la possibile sponda Unicredit

01/08/2026 **Il Resto del Carlino** Pagina 20 21
Crédit Agricole frena Castagna Salta il matrimonio Mps-Bpm

01/08/2026 **La Repubblica** Pagina 32 *GIOVANNI PONS* 23
Bpm rinuncia a Monte Paschi dopo lo stop di Crédit Agricole

01/08/2026 **Gazzetta di Mantova** Pagina 28 *GLORIA DE VINCENZI* 25
Effetto Nolan: l'Odissea spopola al cinema e in libreria

01/08/2026 **Il Gazzettino (ed. Pordenone)** Pagina 9 27
Libreria Al Segno, la promessa: «L'identità sarà la stessa»

01/08/2026 **Messaggero Veneto (ed. Pordenone)** Pagina 24 29
Il Segno è stata ceduta alle Librerie.coop

## Coop e Cooperazione


01/08/2026 **L'Eco di Bergamo** Pagina 10 *FRANCESCA BELOTTI* 30
Iperal taglia il traguardo dei 40 anni «L'apertura in via Autostrada nel 2027»

01/08/2026 **L'Eco di Bergamo** Pagina 32 32
Pittogrammi e luci più soffuse, Ipercoop è «autism friendly»

01/08/2026 **Il Resto del Carlino (ed. Forlì)** Pagina 31 33
Trasporti e agricoltura in emergenza: chiesti aiuti


## Concorrenza GDO


31/07/2026 **GDO News** *Meta Time* 34
Più promozioni, meno risultati. La GDO scopre che lo sconto da solo non basta più

31/07/2026 **Distribuzione Moderna** 35
Conad Adriatico inaugura il nuovo Conad City di Castel di Lama (Ap)

31/07/2026 **Distribuzione Moderna** 37
Etruria Retail arriva con un Famila Market a Camaiore (Lu)

31/07/2026 **Distribuzione Moderna** 38
Esselunga rinnova il superstore di Massa con nuovi servizi e il Bar Atlantic

31/07/2026 **Largo Consumo** *Virginia Ventura* 39
Francesco Avanzini nuovo Presidente di GS1 Italy

01/08/2026 **Il Mattino di Padova** Pagina 26 *GIANNI BIASETTO* 40
Sull'area ex Aldi la minoranza attacca «Perso del denaro»

01/08/2026 **Libertà** Pagina 24 *Nadia Plucani* 41
Per i quattro supermarket Pam forse la salvezza con Gulliver

01/08/2026 **Corriere Romagna (ed. Forlì-Cesena)** Pagina 7 43
Meno botteghe e più supermercati I numeri del commercio forlivese


## Economia, consumi e società


01/08/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 2 *Mariolina Sesto* 45
Prezzi, secondo mese di frenata: a luglio inflazione annua al 2,8%

01/08/2026 **La Stampa** Pagina 21 *Luca Monticelli* 47
L'Istat: a luglio l'inflazione cala al 2,8% Scettici i consumatori: "Illusione ottica"

01/08/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 2 *Riccardo Ferrazza* 49
Commercio, si aprono sempre meno negozi: -45% rispetto al 2014

01/08/2026 **Milano Finanza** Pagina 26 *GABRIELE LA MONICA MF-NEWSWIRES* 51
Il Parmigiano punta ancora sugli Usa

01/08/2026 **La Repubblica** Pagina 30 *GIUSEPPE COLOMBO* 53
Gasolio, svanisce l'effetto sconto stangata sul pieno dell'esodo


## Innovazione e mondo digitale


01/08/2026 **Il Sole 24 Ore** Pagina 15 *Biagio Simonetta* 55
Anthropic, nuovo caso di hacker dall'AI

Giornale dItalia

Coop Alleanza 3.0

# Gaza Cola, bibita inventata dall'attivista palestinese Qashoo per ricostruire la Striscia, in vendita in Coop Alleanza 3.0


Giornale dItalia

Gaza Cola, bibita inventata dall'attivista palestinese Qashoo per ricostruire la Striscia, in vendita in Coop Alleanza 3.0

07/31/2026 11:01

Ideata dall'attivista palestinese Osama Qashoo, Gaza Cola finanzia progetti umanitari a Gaza ed è arrivata anche nei supermercati Coop Alleanza 3.0 in Italia di Redazione In oltre 350 punti vendita di Coop Alleanza 3.0 in tutta Italia è disponibile la Gaza Cola , bibita gassata del tutto simile alla Coca Cola , ma i cui proventi sono destinanti a finanziare la ricostruzione della Striscia . L'inventore è l'attivista palestinese Osama Qashoo , rifugiato da diversi anni nel Regno Unito . L'obiettivo è quello di trasformare ogni lattina venduta in un aiuto concreto agli abitanti dell'enclave Coop Alleanza ritira prodotti israeliani in 8 regioni italiane e mette sugli scaffali la Gaza Cola: "Non si può restare indifferenti" L'ideatore del progetto è Osama Qashoo , attivista e imprenditore palestinese originario di Nablus, in Cisgiordania rifugiato nel Regno Unito dal 2003 . L'idea prende forma alla fine del all'interno della Palestine House di Londra , centro culturale fondato dallo stesso Qashoo, con una domanda tanto semplice quanto ambiziosa: " E se ogni lattina potesse contribuire a ricostruire Gaza? ". Da questa intuizione nasce Gaza Cola , un marchio interamente di proprietà palestinese che punta a trasformare ogni acquisto in un sostegno concreto ai progetti di ricostruzione della Striscia Secondo i promotori dell'iniziativa, il 100% degli utili viene destinato a progetti umanitari, in particolare alla ricostruzione dell'ospedale Al-Karama , nel nord della Striscia di Gaza, gravemente danneggiato durante il genocidio. Il progetto è stato finanziato inizialmente da sedici famiglie palestinesi di Gaza e viene presentato come un' iniziativa di imprenditoria indipendente, nata per offrire un sostegno economico diretto alla popolazione civile. Sebbene il marchio sia palestinese, la produzione non avviene nella Striscia di Gaza. Le lattine vengono infatti realizzate in Polonia e successivamente distribuite nei vari Paesi europei attraverso la società Cola Gaza Ltd , con sede nel Regno Unito . Una scelta dettata dall'impossibilità di produrre direttamente nella Striscia, dove il genocidio e la crisi infrastrutturale rendono estremamente difficile qualsiasi attività industriale. Roma, pasticceria Charlotte mette in vendita la 'Gaza Cola', bibita lanciata da Osama Qashoo per finanziare costruzione di un ospedale a Gaza In Italia la notorietà della Gaza Cola è cresciuta dopo la decisione di Coop Alleanza 3.0 di inserirla nei propri punti vendita . La cooperativa, presente con oltre 350 supermercati distribuiti in Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna, Marche, Abruzzo, Basilicata e Puglia , ha scelto di commercializzare la bevanda nell'ambito di una più ampia iniziativa di solidarietà, rimuovendo contemporaneamente alcuni prodotti di aziende israeliane dai propri scaffali Oltre che nei supermercati Coop aderenti all'iniziativa, la Gaza Cola è disponibile anche attraverso il sito ufficiale del marchio e viene distribuita

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in numerosi negozi etnici, botteghe solidali, ristoranti palestinesi e punti vendita specializzati presenti in diversi Paesi europei . Nel frattempo il progetto si è espanso rapidamente anche fuori dall'Europa, raggiungendo mercati come Australia, Kuwait, Bosnia e altri Stati dove il marchio viene promosso come simbolo di sostegno alla causa palestinese. Più che una semplice bibita, Gaza Cola si propone quindi come un marchio dal forte valore simbolico . I promotori la descrivono come uno strumento per finanziare la ricostruzione e sostenere l'indipendenza economica palestinese , mentre per i consumatori rappresenta anche una scelta di carattere etico e politico . Il successo commerciale ottenuto in pochi mesi dimostra come, nel contesto del conflitto mediorientale, anche un prodotto di largo consumo possa trasformarsi in un simbolo capace di alimentare un dibattito che va ben oltre il semplice mercato delle bevande.  Il Giornale d'Italia è anche su Whatsapp per iscriversi al canale e rimanere sempre aggiornati.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Imola)

Area Emilia Romagna

# 'Ausilio' Un aiuto per la spesa

La chiusura dei supermercati di quartiere in Pedagna e Zolino rischia di creare disagi soprattutto agli anziani e a chi ha difficoltà negli spostamenti.

Per questo Auser Imola ricorda che è attivo Ausilio, il servizio gratuito di consegna della spesa a domicilio realizzato insieme ai volontari dell'associazione e all'Ipercoop Centro Leonardo, nell'ambito di un progetto di Coop Alleanza 3.0. Il servizio è rivolto a over 75 soli, persone con disabilità o temporaneamente non autosufficienti, senza familiari conviventi. Per richiederlo basta contattare Auser o l'Ipercoop. Informazioni ai numeri 0542/663111, 800 000 003 oppure 0542/24107.


L'Agenda

Piante in miniatura: il Bonsai

'Ausilio' Un aiuto per la spesa

Family Land e arrosticini al Parco delle Acque Minerali

Corriere Cesenate

Area Emilia Romagna

# Diabete Beach, al via la lotteria solidale di Diabete Romagna



Corriere Cesenate

Diabete Beach, al via la lotteria solidale di Diabete Romagna

07/31/2026 17:39 Sabrina Lucchi

Cinque gli stabilimenti dove per tutta l'estate saranno presenti stand informativi Presentata nei giorni scorsi al Bagno Conti 39 di Cesenatico Il coinvolgimento di diverse spiagge Gli stabilimenti balneari di Cesenatico anche questa estate sostengono le persone con diabete, con una iniziativa che coinvolge diverse spiagge attraverso una lotteria solidale . L'iniziativa è stata presentata nei giorni scorsi al Bagno Conti. Sono intervenuti Simone Battistoni, presidente della Cooperativa stabilimenti balneari, il vicesindaco di Cesenatico Lorena Fantozzi, Annachiara Feltracco , responsabile comunicazione e fundraising dell'associazione Diabete Romagna, Laura Casadei , infermiera e case manager di Diabete Romagna, la dottoressa Giuseppina Chierici , medico diabetologo e referente del progetto di assistenza domiciliare "Portiamo il sorriso in casa", e Romina Crociani , volontaria di Diabete Romagna e mamma di Dylan, bimbo con diabete. Diabete Beach è la campagna di sensibilizzazione dell'associazione Diabete Romagna a cui è abbinata la lotteria solidale. L'edizione 2026 trasforma l'energia dell'accoglienza e della relazione in un aiuto concreto per chi convive con questa patologia. L'associazione ricorda con una nota stampa che "il diabete è una malattia cronica, chi ne è affetto deve avere un'attenzione costante quotidiana. La campagna ha l'obiettivo di trasformare questo carico in un' occasione di condivisione, prevenzione e vicinanza umana". I volontari, ambasciatori di salute Il vero motore di Diabete Beach è la capillare rete dei volontari , i quali non sono semplici distributori di biglietti, ma veri e propri ambasciatori di salute. "La campagna 2026 punta forte sulla catena del passaparola. Una delle anime di questo passaparola è Romina Crociani, volontaria e mamma, che con la sua storia personale incarna l'essenza di questo impegno: trasformare la quotidiana convivenza con il diabete in un'energia contagiosa capace di motivare la vendita dei biglietti e creare vicinanza tra le persone", prosegue la nota stampa. Nel solco della convenzione siglata tra Diabete Romagna e la Cooperativa stabilimenti balneari, i bagnini di Cesenatico, che fin dalle prime edizioni donano ombrelloni e lettini come premi, si consolidano come un modello di accoglienza integrata e spazio di libertà, dove il monitoraggio e la gestione del diabete avvengono alla luce del sole, senza vergogna e in piena sicurezza. Durante il mese di agosto, nelle giornate dal lunedì al venerdì, dalle 9,30 alle 11,30, in cinque stabilimenti balneari saranno presenti degli stand di Diabete Romagna, dove i volontari distribuiranno materiale informativo sul diabete e proporranno i biglietti della lotteria solidale .. Gli stand saranno negli stabilimenti: bagno Ponente (il lunedì), bagno Milano (il martedì), bagno Conti (il mercoledì), bagno Internazionale (giovedì), bagno Hawaii (venerdì). I fondi raccolti con la vendita dei biglietti solidali andranno a sostenere le attività di assistenza di Diabete Romagna, tra cui il progetto "Portiamo il sorriso in casa", l'iniziativa

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

di assistenza domiciliare dedicata ai pazienti diabetici più fragili e non autosufficienti. "Diabete Beach è la dimostrazione di quanto la comunità sappia fare squadra quando si tratta di prendersi cura degli altri, ha detto Annachiara Feltracco, dai nostri volontari con il passaparola, fino ai bagnini negli stabilimenti balneari di Cesenatico, ognuno sta facendo la propria parte per far circolare questo messaggio. Ringraziamo i medici, gli operatori, i nostri volontari, persone straordinarie come Romina e i bagnini della Cooperativa stabilimenti balneari di Cesenatico, capitanati dal presidente Simone Battistoni, che con la loro voce rendono forte la catena del passaparola". I premi Oltre all'ombrellone per l'intera estate del valore di diverse centinaia di euro, in palio c'è un buono spesa da 500 euro di Coop Alleanza , oltre ad altre decine di premi. I biglietti della lotteria solidale Diabete Beach 2026, sono disponibili presso gli stabilimenti balneari partner di Cesenatico, e online su www.diabeteromagna.it/eventi/lotteria-solidale-diabete-beach.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Piccolo

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

carabinieri

## Furto alla Coop in largo Barriera

I Carabinieri stanno indagando su un furto avvenuto nella tarda mattinata di ieri nel supermercato Coop di largo Barriera. Ancora da quantificare l'esatto ammontare dell'ammanco, ma secondo una prima ricostruzione dell'accaduto il ladro sarebbe riuscito a entrare nell'ufficio del direttore, impadronendosi di una parte dell'incasso in contanti. Il malvivente è poi subito scappato, ma le indagini sono in corso per riuscire a identificarlo. Un aiuto prezioso potrebbe arrivare dalle immagini registrate dalle telecamere.


Trieste

Da via Svevo a Rozzol
Così i siti dismessi attirano sbandati e senzatetto

Tentata rapina con lo spray
Minorenne denunciato

Furto alla Coop in largo Barriera

Alcol e droga 20enne fermato

Il Piccolo (ed. Gorizia)

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

# Raccolta di donazioni record per i "Gati del Monfalcon"

KATIA BONAVENTURA


Monfalcone

Una nuova autobotte ad alta tecnologia contro i roghi nel Carso

Educazione civica, ecco i diplomi per i primi 12 operai dell'indotto

Raccolta di donazioni record per i "Gati del Monfalcon"

Katia Bonaventura L'iniziativa Una raccolta da record quella dell'Associazione "Gati de Monfalcon", che ha partecipato all'iniziativa nazionale di Coop Alleanza 3.0, "Dona la spesa: una raccolta per gli animali in difficoltà" organizzata sabato 11 luglio in oltre 230 negozi in Italia. Occasione per le volontarie, non solo di apprezzare la generosità e sensibilità dei clienti e delle clienti del punto vendita della Marcelliana a Monfalcone, ma anche di confrontarsi con loro, ascoltando numerose storie di animali domestici, spesso adottati. Occasione anche per comunicare le esigenze, sempre stringenti e numerose, legate al centro di Salita Mocenigo, non ultima quella di attrarre nuovi volontari. Con l'estate si moltiplicano infatti gli abbandoni di gatti e cucciolate che vengono ritrovati «disorientati e sotto choc» spiega Paola Poiani, una delle coordinatrici dell'associazione. «Siamo stupite di questa raccolta eccezionale: ci sentiamo ricaricate e fiduciose per un futuro in cui ci sia più attenzione per gli animali abbandonati. Tutta questa attenzione ci fa sentire sulla strada giusta» ha concluso. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

corriere.it

Area FVG, Veneto, Mantova, Brescia

# La Coop di Treviglio abbassa i suoni per una spesa più inclusiva: il nuovo protocollo per le persone con autismo


corriere.it

La Coop di Treviglio abbassa i suoni per una spesa più inclusiva: il nuovo protocollo per le persone con autismo

07/31/2026 10:26 Pietro Tosca

Dopo la ristrutturazione, il centro commerciale diventa anche autism friendly, con formazione del personale, comunicazione aumentativa sui cartellini e suoni più bassi. Intanto il Comune autorizza anche l'ampliamento dell'Esselunga I rappresentanti di Coop Lombardia, insieme alle autorità cittadine, all'inaugurazione Dopo cinque mesi di ristrutturazione l 'ipermercato Coop di Treviglio diventa autism friendly . Nato nel con insegna «Il Pellicano» del gruppo Lombardini e passato nel 2013 alla Coop, l'ipermercato di viale Montegrappa è la prima struttura commerciale moderna della città. E dopo 27 anni è stato sottoposto, da febbraio, a una manutenzione straordinaria. Un intervento per fronteggiare la concorrenza sbarcata a Treviglio negli ultimi anni. «Abbiamo rivisto il punto vendita — spiega Danilo Gherghi, direttore vendite Coop Lombardia — riducendo di poco la superficie e puntando su una revisione del posizionamento dei prezzi per difendere il nostro radicamento territoriale». Al taglio del nastro il vicesindaco Pinuccia Prandina ha sottolineato l'aspetto sociale del progetto «Spesa insieme» contro la solitudine della terza età. «Con la ristrutturazione arriva a Treviglio anche il protocollo autism friendly — racconta Laura Redaelli, responsabile soci — che ha visto la formazione del personale, una comunicazione aumentativa sui cartellini dei prodotti, il cambiamento dei suoni delle casse e la riduzione del volume della musica». La Coop per...

Dopo la ristrutturazione, il centro commerciale diventa anche autism friendly, con formazione del personale, comunicazione aumentativa sui cartellini e suoni più bassi. Intanto il Comune autorizza anche l'ampliamento dell'Esselunga I rappresentanti di Coop Lombardia, insieme alle autorità cittadine, all'inaugurazione Dopo cinque mesi di ristrutturazione l 'ipermercato Coop di Treviglio diventa autism friendly . Nato nel con insegna «Il Pellicano» del gruppo Lombardini e passato nel 2013 alla Coop, l'ipermercato di viale Montegrappa è la prima struttura commerciale moderna della città. E dopo 27 anni è stato sottoposto, da febbraio, a una manutenzione straordinaria. Un intervento per fronteggiare la concorrenza sbarcata a Treviglio negli ultimi anni. «Abbiamo rivisto il punto vendita - spiega Danilo Gherghi, direttore vendite Coop Lombardia - riducendo di poco la superficie e puntando su una revisione del posizionamento dei prezzi per difendere il nostro radicamento territoriale». Al taglio del nastro il vicesindaco Pinuccia Prandina ha sottolineato l'aspetto sociale del progetto «Spesa insieme» contro la solitudine della terza età. «Con la ristrutturazione arriva a Treviglio anche il protocollo autism friendly - racconta Laura Redaelli, responsabile soci - che ha visto la formazione del personale, una comunicazione aumentativa sui cartellini dei prodotti, il cambiamento dei suoni delle casse e la riduzione del volume della musica». La Coop però non è più l'unico ipermercato di Treviglio. Mercoledì la Giunta ha dato il via libera alla crescita dell' Esselunga , che porterà la superficie espositiva da 2.500 a 2.915 metri quadrati. In cambio Esselunga metterà a disposizione 390 mila euro per realizzare la pista ciclabile nei giardini di largo Marinai, 10 mila euro per le pensiline dei bus , 90 mila euro per la valorizzazione delle piccole imprese commerciali, 30 mila euro per la promozione del territorio e 30 mila euro per organizzare eventi. A Caravaggio invece andranno 60 mila euro per migliorare la funzionalità della rotatoria davanti alla Brebemi Vai a tutte le notizie di Bergamo Iscriviti alla newsletter di Corriere Bergamo 31 luglio 2026 ( modifica il 31 luglio 2026 | 10:41) © RIPRODUZIONE RISERVATA Il tuo commento verrà moderato a breve. Si prega di riprovare più tardi. Puoi votare una sola volta un commento e non puoi votare i tuoi commenti. Lettore_17910813 Abbassare anche i prezzi aiuta tutti.

Il Sole 24 Ore

Controllate e partecipate

Assicurazioni

# Axa: non compreremo quote di Generali

L.D.


Finanza & Mercati

Consob chiede chiarimenti a Mps e Bpm

Axa: non compreremo quote di Generali

Bpm: stop ai piani con Mps Agricole contro l'integrazione

Per capire il destino della partnership con Mps «c'è ancora tempo». Di certo c'è invece che, se si parla di Italia e di crescita nel nostro Paese, Axa non ha ambizioni di acquisire quote nell'azionariato del Leone. «Non stiamo guardando all'acquisto di quote nei nostri competitor» in Italia, dice il ceo del gruppo francese Thomas Buberl in conference call con i giornalisti. Parole che sembrano mettere un punto alle indiscrezioni relative a un potenziale interesse di Parigi per un pacchetto di Generali, qualora Mps dovesse dismettere la sua quota nel Leone. Ma che non escludono, almeno in teoria, altre opzioni capaci di favorire un asse tra le due realtà assicurative. Da giorni si susseguono del resto indiscrezioni su un attivismo di Parigi attorno ai dossier italiani, in una fase molto fluida in cui il mondo bancario-assicurativo sembra destinato al riassetto, dopo l'Opas lanciata da Intesa Sanpaolo su Mps-Mediobanca, che controlla a sua volta il 13% di Trieste. Uno scenario che coinvolge a cascata anche la compagnia francese, partner assicurativo di Siena. Buberl riconosce che «c'è molto movimento in Italia attorno al nostro partner bancario» Mps ed evidenzia di essere «fortemente concentrato sul far funzionare al meglio» la joint venture con Siena. La volontà è chiara: se dipendesse da Axa, la partnership proseguirebbe anche oltre ottobre 2027, data di scadenza dell'accordo. Lo scenario in via di definizione, però, è destinato a riscrivere equilibri e alleanze, soprattutto se l'Opas andasse a segno e Mps venisse suddivisa tra Intesa e Unipol. Ecco perché Axa è «preparata a ogni opzione, inclusa la fine» della jv col Monte, dice Buberl, ricordando che la partnership è «di lunga data» e «ha attraversato diverse fasi e vicissitudini, dato che in passato Mps non si è sempre trovata in una situazione agevole». Oggi, però, «è decisamente troppo presto per affrontare» il destino della jv perché «le opzioni e le possibili mosse in gioco sono molteplici». Sull'Italia, in compenso, la posizione è chiara. Qui «abbiamo effettuato due importanti acquisizioni », Nobis e Prima, che «stanno procedendo molto bene e ci hanno permesso di stabilizzare e far crescere la nostra presenza». L'obiettivo resta quindi «mantenere la nostra presenza» nel Paese in modo «sufficientemente ampio». Intanto, nei sei mesi, Axa registra una crescita del 5% della raccolta, a 66,3 miliardi, e un utile netto di 4,17 miliardi. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Milano Finanza

Controllate e partecipate

# Rossi: l'operazione europea è quella di Unicredit

ANNA DI ROCCO


Parigi pensa in grande

Rossi: l'operazione europea è quella di Unicredit

Nella partita di Monte dei Paschi il punto non è soltanto capire chi finirà per controllare Siena, anche se lo stop alla fusione deciso da Banco Bpm lascia al momento poche incognite. L'opas lanciata da Intesa Sanpaolo ha aperto una partita più ampia, perché nel perimetro del Monte c'è oggi Mediobanca e, con Mediobanca, il 13% di Generali. Due pezzi centrali della cosiddetta «galassia del Nord». È questo tassello che rende l'operazione rilevante per Intesa: l'ingresso di Piazzetta Cuccia nell'orbita del gruppo guidato da Carlo Messina porterebbe sotto lo stesso perimetro una grande banca commerciale, una banca d'investimento e una partecipazione strategica nel principale gruppo assicurativo italiano. La contromossa di Banco Bpm, guidata da Giuseppe Castagna, che aveva proposto a Mps una fusione fra pari è ormai finita nel cassetto (vedi articolo a pagine 8), anche perché ha già incassato un primo no da Crédit Agricole, primo azionista del Banco con il 29,3% (si veda l'articolo in pagina). Prima di tutto c'è una questione giuridica da porsi. Perché l'ipotesi di nozze tra Mps e Bpm, ora tramontata, apriva anche a dubbi di natura procedurale. «Non sono un giurista, ma non possiamo fare a meno di chiederci se l'ipotesi di questi dialoghi rispetti o meno la cosiddetta passivity rule, cioè l'articolo 104 del Tuf», osserva a Milano Finanza l'ex direttore generale di Banca d'Italia, Salvatore Rossi. «La questione è controversa. Finché Mps si limita a presentare ai suoi azionisti un'alternativa possibile, senza vincoli e fatti compiuti, la cosa potrebbe essere tollerabile dal punto di vista giuridico. Al contrario, in qualunque altra ipotesi in cui si configuri un ostacolo all'offerta fatta da Intesa,quest'ultima avrebbe tutta la possibilità e l'agio di ricorrere a un'azione legale». Bisogna stare attenti, ma «Luigi Lovaglio è una persona attentissima».

Il nodo giuridico lascia poi spazio alla realtà che da venerdì 31 luglio è ben diversa e pende dalla parte di Intesa. Che cosa succederebbe dunque al perimetro Mps nell'ipotesi che l'opas andasse in porto? «Nell'offerta di Intesa si configura una specie di spezzatino», osserva Rossi. «Il Monte e Mediobanca verrebbero di nuovo separate di fatto: con Piazzetta Cuccia che entrerebbe nell'orbita di Intesa, mentre parte della banca retail del Monte finirebbe nell'orbita di Bper via Unipol».

Una separazione che comunque, secondo Rossi, ha una sua logica industriale.

E che va letta alla luce della precedente decisione di Mps di puntare su Mediobanca. Quando Rocca Salimbeni lanciò la sua offerta, molti si chiesero quale fosse il senso industriale di mettere insieme due realtà così diverse: una banca tradizionale e una banca d'investimento. «In molti si chiedevano dove fossero le sinergie. Con l'opas di Intesa si ritornerebbe sostanzialmente indietro allo status quo», afferma. L'altra strada era appunto quella di una fusione tra pari tra Mps e Banco Bpm, con la nascita di un nuovo gruppo bancario nazionale, ormai accantonata. Ma anche in questo caso restava sempre da capire

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

quale sarebbe stato il destino di Mediobanca. «Bisogna sciogliere un nodo rilevante: sarebbe rimasto nell'orbita del gruppo eventuale ottenuto dalla fusione o sarebbe stata venduta?». E Rossi, banchiere di esperienza aveva già capito eventuali sviluppi. «Non c'è una risposta ovvia, dipende molto dalla piega che prenderebbero le cose». Ma le due offerte avevano anche qualcosa in comune. In entrambi i casi, il risultato sarebbe stato un ulteriore consolidamento del sistema bancario. «Sia l'una sia l'altra sono ipotesi nazionali», afferma l'ex Bankitalia, «perché parliamo comunque di banche italiane che si mettono insieme. Sono entrambe operazioni che muovono un passo nella direzione giusta, quella dell'ingrandimento, ma non in quella del consolidamento transfrontaliero europeo auspicato da anni.

Il meglio è nemico del bene».

L'obiettivo di creare comunque soggetti più grandi rispetto alla frammentazione attuale può essere positivo, visto che le operazioni oltreconfine restano difficili. L'operazione Unicredit-Commerzbank «è praticamente l'unica operazione vera in Europa in questo momento», con la resistenza del governo tedesco che «sembra si stia riducendo progressivamente».

E mentre le banche europee restano ancora legate ai propri confini nazionali, la proprietà è già molto più internazionale. È il caso di Crédit Agricole, azionista rilevante di Bpm, e dei grandi fondi globali come BlackRock, presenti nel capitale di diversi gruppi italiani come Intesa. La presenza dei grandi fondi internazionali, osserva Rossi, è il prodotto di quarant'anni di globalizzazione finanziaria. Un processo che, sebbene stia subendo una frenata, non può fermarsi. Ma il punto, per Rossi, è soprattutto un altro: l'Europa deve riuscire a trasformare il proprio risparmio in capitale per l'innovazione. «La finanza europea continua a essere basata solo sulle banche. Ma l'innovazione non la finanzi con il credito bancario. Basta guardare a imprese come Nvidia, Meta o Amazon. Ci vogliono altri soggetti perché la vera sfida resta convogliare il risparmio europeo verso usi continentali». (riproduzione riservata).

Milano Finanza

Controllate e partecipate

# Impegni green: gli alberi Generali e la esco di Reale

ANNA MESSIA


Il tramonto degli Esg

Impegni green: gli alberi Generali e la esco di Reale

Non solo investimenti sostenibili e impegni per ridurre le emissioni di carbonio. Per rispondere al cambiamento climatico, con gli incendi che colpiscono mezza Europa e l'Italia alle prese con temperature che superano i 40 grandi, le compagnie di assicurazione stanno scendendo in campo anche con interventi concreti sul territorio. Per esempio Generali già da anni ha avviato il programma «un albero per azionista». Un impegno che il gruppo guidato dal ceo Philippe Donnet ha rinnovato anche quest'anno, con l'assicurazione che ha piantato un albero per ogni azionista partecipante all'assemblea dello scorso aprile. Da quando è partita l'iniziativa, nel 2022, sono stati piantati quasi 14 mila alberi e questo programma si aggiunge a un altro che riguarda la partecipata Leone Alato: In collaborazione con Generali Italia, l'azienda agricola del gruppo, uno dei principali operatori agroalimentari del Paese, si è impegnata a piantare 1 milione di alberi entro la fine dell'anno e oggi siamo a 740 mila piante. In più il Leone Alato, con 24 aziende agricole in Italia e tre in Romania, per un totale di 14 mila ettari di superficie coltivata, si è impegnato anche a raggiungere l'obiettivo di zero emissioni entro il 2024.

Nel caso di Reale l'attenzione del gruppo assicurativo si è focalizzata in particolare sulla transizione energetica, con il sostegno fornito a comunità energetiche locali, a Torino ma anche a Milano. «Un modo concreto per rispondere ai rincari delle bollette di interi condomini e a possibili black out sempre più frequenti», spiega Anna Caronna, chief corporate strategy and sustainability officer di Reale group. Ora il gruppo sta per fare un passo ulteriore, rilevando una esco, ossia energy service company. Come è stato per il comparto salute, dove Reale ha da poco siglato l'acquisizione di Lifenet Health Care da Exor, per dare vita a un sistema in grado di rispondere ai diversi bisogni dei clienti, «anche nel caso dell'ambiente l'intenzione è creare una nuova struttura di servizi», spiega Caronna. Se da una parte c'è la volontà di impegnarsi per ridurre l'inquinamento e il surriscaldamento, dall'altra c'è l'intenzione di integrare questo sforzo con l'offerta assicurativa per le abitazioni e le imprese.

L'impegno più consistente di Unipol per l'ambiente è stato invece il green bond decennale da 1 miliardo emesso nel 2020 che, secondo l'ultimo report disponibile, è quasi interamente investito: più di 350 milioni sono andati al trasporto pulito, tra elettrico e ibrido e poco meno di 182 milioni sull'eolico. L'Italia è il secondo Paese destinatario degli investimenti (18%) mentre al primo posto ci sono, a sorpresa, Regno Unito e Irlanda. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Milano Finanza

Controllate e partecipate

# Investire dalla culla

*Risparmio Gli strumenti e le soluzioni per costruire un capitale per figli e nipoti*

CARLO GIURO







Nonostante si facciano pochi figli, la propensione a investire per il futuro delle nuove generazioni resta uno dei tratti distintivi del risparmio italiano. Secondo il Censis il 78,7% delle famiglie dichiara di agire per costruire un domani più sereno per la propria prole e il 66% risparmia per finanziare spese importanti come il matrimonio o l'acquisto della prima casa. Si tratta, dice il Censis, di una vera e propria cultura dell'investimento famigliare. Nel concreto, quali sono le mosse da compiere e i possibili strumenti finanziari da utilizzare? Pianificare è il primo passo. Il punto di partenza è fare un check up finanziario individuando le risorse che si possono destinare al risparmio per i figli o i nipoti sulla base dei propri flussi di entrate e di eventuali somme già a disposizione. Anche importi contenuti, se investiti con regolarità su un orizzonte di lungo periodo, possono contribuire in modo significativo alla costruzione di un capitale. Investire in anticipo permette di sfruttare la capitalizzazione composta. I rendimenti maturati vengono reinvestiti e producono a loro volta nuovi rendimenti, generando nel tempo una crescita cumulata del capitale. Va individuato poi l'obiettivo da realizzare a beneficio del minore anche in relazione alla sua età (comprare casa, finanziare il ciclo di studi o avviamento professionale, costruire l'integrazione pensionistica) e all'orizzonte temporale. Se l'orizzonte temporale è lungo si possono considerare investimenti con maggior potenziale di crescita, accettando una quota più elevata di rischio. Il tempo consente infatti di assorbire eventuali fasi negative dei mercati. All'approssimarsi della scadenza va invece raffreddata l'esposizione al rischio concentrando l'attenzione sulla protezione del capitale. Si devono prevedere elementi di diversificazione per ridurre la sensibilità alle fluttuazioni di mercato e garantire una maggiore stabilità dell'investimento. Come investire. Andando ai possibili strumenti una soluzione è quella del piano di accumulo (pac) in fondi comuni di investimento, attraverso cui mettere da parte i risparmi in modo programmato, poco alla volta. La tipologia di fondo va scelta in relazione alla durata che ci si sia prefissati per l'investimento e al proprio profilo di rischio. Con orizzonti ampi si può propendere ad esempio per i fondi comuni azionari o bilanciati, se sono invece brevi si possono utilizzare fondi obbligazionari o monetari. La formula del pac consente di rendere sostenibile l'accantonamento in relazione al budget famigliare. Inoltre rappresenta uno stimolo al risparmio e permette di distribuire nel tempo il rischio di ingresso sui mercati, mediando i prezzi di acquisto. Va prestata in ogni modo attenzione alla struttura dei costi prevista dal piano di accumulo. La logica del pac può essere attivata poi anche sottoscrivendo gli Etf, strumenti passivi quotati che hanno costi ridotti, possono essere venduti sul mercato come le azioni e rappresentano un veicolo di diversificazione che può contribuire a ridurre il rischio del portafoglio. Ulteriore opportunità è poi quella di investire

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in assicurazioni sulla vita sottoscritte con premi periodici. Dal punto di vista finanziario si può optare per una modalità più prudente tramite le polizze rivalutabili che investono in gestioni separate (il cosiddetto ramo I) e prevedono garanzia di conservazione del capitale (al netto dei costi) e in certi casi un rendimento minimo garantito. Si può invece ottenere un approccio più dinamico con le polizze unit linked (ovvero il ramo III) che investono in fondi comuni o con le polizze multiramo che sono collegate in parte a gestioni separate e in parte a fondi di tipo unit linked. L'offerta vita è anche arricchita da soluzioni specifiche: diversi operatori hanno sviluppato polizze dedicate ai minori che premiano il raggiungimento di obiettivi scolastici con bonus sul capitale finale. Ad esempio Risparmio Giovane di Unipol prevede che il capitale a scadenza venga aumentato del 10% se sono stati pagati tutti i premi con il bonus raddoppiato se il ragazzo ha conseguito il diploma di scuola secondaria superiore.

Futuro Dedicato di Axa Mps, in caso di superamento dell'esame di maturità con una votazione pari o superiore a 95/100, offre la maggiorazione della prestazione del 10%. Anche Zerodiciotto Reale di Reale Mutua prevede, conseguita la maturità o la laurea, un incremento rispettivamente del 10% e del 15%. Cresco e Lode di Vittoria Assicurazioni individua la soglia di un voto di maturità superiore a 80/100 per riconoscere un bonus di merito, pari al 20%, della prestazione assicurata. Si possono trovare anche coperture in caso di prematuro decesso dell'assicurato come in InvestiPolizza Bnl Young di Bnp Paribas Cardif in cui vi è una prestazione pari al valore del contratto alla data della denuncia del sinistro aumentato di un bonus caso morte commisurato al numero di rate mancanti al completamento del piano di versamenti. In Patrimonio PerGiovani Insurance di Intesa Sanpaolo Assicurazioni in caso di decesso dà un rendimento minimo dello 0,25% all'anno sul capitale riconosciuto ai beneficiari.

Per investire in unica soluzione si possono poi considerare i fondi comuni con la formula pic (piano di investimento capitale), le gestioni patrimoniali e le polizze vita a premio unico sia rivalutabili che unit linked che ancora multiramo. Per i fondi comuni con investimento unico si stanno sviluppando i target fund che si pongono l'obiettivo di massimizzare il rendimento del portafoglio in un orizzonte temporale predefinito ad una specifica data di scadenza. Potrebbero risultare adatti all'investimento a beneficio dei figli per raggiungere l'obiettivo individuato in fase di pianificazione. Va in ogni modo evidenziato che è possibile sottoscrivere questi fondi solo in determinate finestre temporali (generalmente di uno/due mesi). Le polizze vita a premio unico sono poi un interessante strumento anche per soddisfare il bisogno molto sentito nel vissuto delle famiglie italiane del passaggio generazionale. Vanno infatti ricordati i rilevanti vantaggi successori: le prestazioni corrisposte ai beneficiari non rientrano, in linea generale, nell'asse ereditario e sono esenti dall'imposta di successione. Godono poi dei benefici della impignorabilità e insequestrabilità nei limiti previsti dalla legge. Anche il risparmio postale offre soluzioni ad hoc. Per gli under 18 Poste propone i buoni fruttiferi dedicati, acquistabili fino ai 16 anni e mezzo del minore, con gli interessi che maturano fino alla maggiore età. Possono essere

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sottoscritti sia in forma cartacea (acquistabili da chiunque purché maggiorenne) che in forma dematerializzata (solo dal genitore o dal tutore). Si può attivare anche un piano di risparmio per acquistarli in modo periodico e automatico con importo minimo iniziale di 50 euro. Una volta raggiunta la maggiore età, ci sono le diverse emissioni di buoni fruttiferi presenti nell'offerta postale. I buoni hanno tassazione dei rendimenti agevolata al 12,5%, non pagano imposta di bollo fino a un importo di 5 mila euro (oltre 34,2 euro l'anno) e sono esenti da imposta di successione. Costruire la pensione integrativa. Un genitore può supportare i figli anche in una prospettiva di integrazione pensionistica. Avviare una forma di previdenza complementare fin dalla giovane età consente di accumulare un montante più elevato e di maturare anzianità di iscrizione utile per richiedere in futuro eventuali anticipazioni al fondo pensione. Si aggiungono poi gli incentivi fiscali previsti dalla normativa previdenziale. A partire dal fatto che i contributi a beneficio di un famigliare a carico sono deducibili entro il limite annuo dei 5.300 euro da parte di chi effettua il versamento (considerando anche i contributi investiti da quest'ultimo per la propria posizione previdenziale).

Se il genitore è dipendente e il proprio fondo pensione collettivo di riferimento lo consenta, vi può iscrivere il figlio per beneficiare dei costi ridotti e degli eventuali contributi del datore di lavoro previsti in alcuni accordi collettivi. In alternativa si può valutare un fondo pensione aperto o un pip (piano individuale pensionistico).

Nella scelta, in ogni caso, va considerato l'indicatore sintetico di costo (Isc, valore disponibile per ogni soluzione sul sito della Covip), le proposte della varie linee di investimento, gli eventuali percorsi di tipo life cycle e le diverse tipologie di rendite vitalizie. (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Corriere della Sera

Controllate e partecipate

Il risiko

# Il gelo del Crédit Agricole Banca Intesa, spunta anche la possibile sponda Unicredit

*Avanza l'offerta della Ca' de Sass. La partita per Generali*

DANIELA POLIZZI E ANDREA RINALDI


Economia 4,01

Saltano le nozze tra Banco Bpm e Mps

35,1

Il gelo del Crédit Agricole Banca Intesa, spunta anche la possibile sponda Unicredit

Avanza l'offerta della Ca' de Sass. La partita per Generali

La giornata è cominciata con le dichiarazioni dei vertici del Crédit Agricole che hanno gelato ogni prospettiva all'integrazione Banco Bpm-Monte. Ma già dall'ora di pranzo di ieri giravano voci di un cda straordinario del Banco che doveva sciogliere la riserva sulla proposta di aggregazione inviata il 7 giugno a Siena.

Forse domenica, forse di lì a poche ore. Poi è arrivata la conferma. Un board straordinario dell'istituto di Piazza Meda, slittato da giovedì a ieri sera, ha deciso la retromarcia.

Le nozze sono state annullate, con una decisione all'unanimità di interrompere le consultazioni sulla potenziale aggregazione e dandone contestuale comunicazione a Mps.

Ora l'istituto toscano cerca una soluzione alternativa a un'operazione che non ha mai preso corpo. Non è da escludere peraltro che il ceo Luigi Lovaglio - che non aveva mai forzato né accelerato su questo matrimonio - possa avere altre carte da giocare per contrastare l'Opas da 30,6 miliardi di Intesa Sanpaolo, un'operazione che, se avrà successo, si allungherà verso Unipol, destinata a rilevare la metà degli sportelli del Monte (635).

Lovaglio ha tempi stretti perché il ritmo lo detta l'offerta di Intesa che ha convocato l'assemblea straordinaria il 10 settembre. Ma la contromossa sarebbe già in preparazione.

Nulla è scontato. È chiaro che il ceo dovrà trovare come alternativa a Ca' de Sass un partner che lo supporti nel suo modello di banca retail che punta anche a creare un polo nella gestione del risparmio attorno a Mediobanca che come corollario ha il 13,2% di Generali. Una partecipazione che fa di Mps il perno del riassetto finanziario complessivo.

La proposta della banca guidata da Giuseppe Castagna non si è potuta realizzare, dice chi osserva le mosse sul mercato, perché all'interno del Banco c'è un azionista a ridosso del 30%, una quota rilevante per determinare la strategia commerciale, finanziaria e di M&A di una banca.

Ma tra i vari fattori che hanno avuto un peso nello spingere il Banco a questo colpo di scena c'è stata anche la settimana di Intesa Sanpaolo, in cui l'istituto ha presentato il miglior semestre della sua storia, terminato con 5,6 miliardi di utili. Un annuncio a cui sono seguiti segnali importanti e dati in prima persona dall'amministratore delegato Carlo Messina, il quale ha fatto capire al mercato che la banca era molto determinata ad andare avanti nella sua offerta per Rocca Salimbeni. Senza contare poi, parallelamente, il placet unanime dell'assemblea di Unipol all'aumento di capitale da 2,5 miliardi per rilevare poi Mps dalla stessa Intesa Sanpaolo. Si tratta di segnali chiari inviati da chi ha costruito l'offerta sul Monte. Messina in settimana aveva anche ricambiato il garbo istituzionale

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

del ceo di Unicredit Andrea Orcel. Entrambi i banchieri avevano reciprocamente riconosciuto la solidità delle rispettive strategie di business. La partita non finirà con la presa di Siena, a quel punto, quando scatterà la cessione degli sportelli di Mps imposta dall'Antitrust, Orcel potrebbe farsi avanti e guadagnare quote sul mercato retail italiano dopo che sarà andato in porto il secondo tempo del risiko di Intesa Sanpaolo, Unipol-Bper ed Mps. Banco Bpm intanto sembra destinato a rimanere solo. Per ora.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino

Controllate e partecipate

# Crédit Agricole frena Castagna Salta il matrimonio Mps-Bpm

*I francesi, primi azionisti di Piazza Meda, dettano le regole del risiko. «Senza di noi nessuna fusione» Il Banco interrompe le trattative con Siena: non ci sono le condizioni per un accordo condiviso*


Economia

Crédit Agricole frena Castagna
Salta il matrimonio Mps-Bpm

La Bce promuove le banche Ue
«Più attente ai rischi geopolitici»

di Andrea Ropa MILANO Prima è arrivato lo stop di Crédit Agricole. Poi, poche ore dopo, la retromarcia di Banco Bpm. Il progetto di fusione tra Piazza Meda e Monte dei Paschi, annunciato il 7 giugno scorso, si ferma proprio quando sembrava entrare nella fase decisiva. A chiudere la porta è il consiglio di amministrazione del Banco, che ieri all'unanimità ha deliberato di interrompere le consultazioni con Siena, mettendo fine al dialogo avviato da settimane tra l'ad Giuseppe Castagna e l'omologo di Mps, Luigi Lovaglio. Una scelta che arriva dopo la presa di posizione del primo azionista, Crédit Agricole, e che conferma come nessuna partita sul futuro di Piazza Meda possa essere giocata senza il consenso della Banque Verte.

Il cda del Banco ha spiegato che, pur riconoscendo il «forte razionale strategico e industriale» dell'operazione, «non si sono verificate le condizioni per giungere a un accordo condiviso tra le parti». Da qui la decisione di interrompere le consultazioni e di comunicarlo a Mps.

Piazza Meda torna così a concentrarsi sul proprio piano strategico e sulla creazione di valore per gli azionisti, archiviando almeno per ora il progetto del terzo polo bancario italiano.

Determinante, nelle ultime ore, è stata l'uscita allo scoperto di Crédit Agricole. Il gruppo francese, salito al 29,3% del capitale del Banco, ha deciso di mettere in chiaro il proprio ruolo. «Non abbiamo ricevuto alcun progetto né alcuna informazione su una potenziale fusione tra Mps e Banco Bpm», ha dichiarato il ceo Olivier Gavalda, aggiungendo che solo un'operazione capace di creare valore nel lungo periodo potrà essere presa in considerazione. Ancora più esplicito il vice amministratore delegato Jérôme Grivet: «Con il 29,3% di Banco Bpm siamo indispensabili.

Nulla può essere fatto contro di noi o senza di noi». Una frase che fotografa i nuovi equilibri del capitale e certifica il peso assunto dai francesi nelle scelte strategiche dell'istituto milanese.

A mescolare ulteriormente le carte è stata la direttrice finanziaria Clotilde L'Angevin, che ha indicato la strada alternativa al progetto studiato con Siena: «Uno degli scenari che preferiremmo sarebbe una fusione tra Banco Bpm e Crédit Agricole Italia», ha spiegato. Per Parigi, infatti, l'Italia resta il secondo mercato domestico del gruppo e vale circa il 20% dell'utile netto, motivo per cui l'obiettivo dichiarato è continuare a crescere, sia organicamente sia attraverso operazioni che producano valore. L'Angevin ha ricordato che l'aumento della partecipazione al 29,3% rappresenta la conferma di una partnership di lungo periodo con Banco Bpm, precisando però che Crédit Agricole non ha ancora chiesto alla Bce l'autorizzazione

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

per assumerne il controllo. Una scelta che lascia aperte tutte le opzioni strategiche, senza però rinunciare al ruolo di arbitro del risiko italiano. Mps, con una nota, ha preso atto delle decisioni: valutiamo ogni opzione. Si chiude così, almeno per il momento, la strada del terzo polo costruito insieme a Banco Bpm. E mentre l'operazione alternativa si arena, sul tavolo resta l'unico dossier formalmente aperto: l'Opas da 30,6 miliardi lanciata da Intesa Sanpaolo. Il ceo Carlo Messina, in tandem con Unipol, continua a lavorare per portare Siena sotto il controllo di Ca' de Sass, forte di un'offerta già depositata in Consob e di un iter autorizzativo ormai avviato. Nel frattempo si continua a guardare alle possibili mosse di Unicredit e ai rumors di un ritorno di fiamma su Banco Bpm, con il focus che resta la Germania e Commerzbank. Dopo l'apertura di Messina, che ha lanciato un messaggio di "amicizia" verso Piazza Gae Aulenti, sono in molti a riflettere su quali potrebbero essere realmente le collaborazioni tra i due maggiori istituti di credito italiani. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Repubblica

Controllate e partecipate

# Bpm rinuncia a Monte Paschi dopo lo stop di Crédit Agricole

*Per l'istituto milanese non ci sono le condizioni per andare avanti, Mps prende atto i francesi preferiscono l'unione fra Banco e la loro società italiana. In campo solo Intesa*

GIOVANNI PONS


Bpm rinuncia a Monte Paschi dopo lo stop di Crédit Agricole

I francesi del Crédit Agricole fanno saltare l'operazione Mps-Banco Bpm. Con un cda tenutosi ieri pomeriggio la banca milanese «ha deliberato, all'unanimità, di interrompere le consultazioni in merito alla potenziale aggregazione dandone contestuale comunicazione a Mps». E a cascata Mps «prende atto delle considerazioni formulate in data odierna da Crédit Agricole e della posizione successivamente espressa» dal cda di Banco Bpm.

In effetti lo stop di Bpm è arrivato qualche ora dopo l'entrata a gamba tesa di Olivier Gavalda, ceo del Crédit Agricole, che ha posto seri dubbi sulla fattibilità di quell'operazione. «Non abbiamo ricevuto alcun progetto, nè alcuna informazione su una potenziale fusione tra Mps e Bpm - ha detto Gavalda prima di presentare i conti agli analisti - di conseguenza non siamo in grado di dire se questo progetto potrebbe creare valore per gli azionisti di Piazza Meda». E poco dopo, dalla Banque Verte, arrivava un messaggio ancora più forte: «Con il 29,3% del capitale di Bpm, siamo indispensabili. Questo significa che nulla può essere fatto contro di noi o senza di noi. Ma ovviamente non siamo gli unici a prendere le decisioni».

L'idea di ripresentare un'ipotesi di aggregazione tra Mps e Bpm era nata il 7 giugno scorso, una domenica pomeriggio, quando il board di Bpm decise di inviare una lettera al consiglio di Mps proonendo una fusione alla pari. Ma questa avance semplicemente era volta ad anticipare l'altra mossa che era nell'aria, e che è arrivata la stessa sera di quella domenica, per mano di Intesa Sanpaolo. La prima banca del paese guidata da Carlo Messina ha lanciato un'Opas da oltre 30 miliardi sulla totalità del capitale Mps ipotecando il controllo non solo dei 1200 sportelli senesi ma anche di Mediobanca e Generali. Al suo fianco entrava in gioco anche la Unipol controllata dalle cooperative rosse diposta ad assorbire la metà degli sportelli da far confluire nel polo bancario Bper-Sondrio.

Da quel momento in poi è iniziato un tira e molla tra Giuseppe Castagna, ad di Banco Bpm, e Luigi Lovaglio, ceo di Mps, per cercare di imbastire un'operazione alternativa a quella messa in campo da Intesa, impresa assai difficile. Castagna pensava che gliazionisti francesi, determinanti per la sua riconferma al vertice della banca, l'avrebbero seguito nell'abbraccio con Mps. Ma l'Agricole, ieri, per la prima volta, ha mostrato il suo vero volto, anche al governo italiano che fin qui l'ha assecondato. «Ad oggi, non abbiamo ancora chiesto alla Bce l'autorizzazione ad assumere il controllo di Banco Bpm», ha detto la deputy general manager Clotilde L'angevin. «Naturalmente uno degli scenari preferiti per noi sarebbe una fusione tra Banco Bpm e Crédit Agricole Italia, che ci permetterebbe anche di rafforzare la nostra presenza

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

in Italia, dove vogliamo davvero crescere». Insomma, i francesi vogliono prendere il controllo di Banco Bpm, la banca più forte nell'area più ricca del paese senza neanche lanciare un'Opa, ma semplicemente aggregando le attività italiane conquistate nel corso degli anni. Un risultato che oggi sembra a portata di mano grazie anche al comportamento del governo italiano, e in particolare del ministro Giancarlo Giorgetti, che nel 2025 ostacolò con tutte le sue forze l'offerta lanciata da Unicredit su Banco Bpm, favorendo al contempo la crescita dei francesi nel capitale del Banco fino all'odierno 29,3%. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

Gazzetta di Mantova

Controllate e partecipate

Il fenomeno

## Effetto Nolan: l'Odissea spopola al cinema e in libreria

*Oltre 8mila ingressi al Cinecity e librerie prese d'assalto: da Nautilus alla Coop è corsa al mito di Omero*

GLORIA DE VINCENZI


Cultura & Spettacoli

Effetto Nolan: l'Odissea spopola al cinema e in libreria

Una sala d'incisione per i giovani

"Un mondo a forma di libro", così viene definita e può essere sintetizzata l'Odissea.

Ora uno dei massimi testi della letteratura universale, con la pellicola di Nolan, può definirsi anche "Un mondo in pellicola" (per i più fortunati in 70 mm).

Al cinema e in libreria il poema di Omero viene riscoperto, ristudiato, reinterpretato. Uscito dalle sale di proiezione il pubblico è diviso tra chi cerca ciò che manca (ah, Nausica ... e, Nessuno?) e chi riconosce nello struggimento di Ulisse, la riformulazione che si adatta ai giorni di oggi. Così come è avvenuto attraverso i secoli, con Dante, Virgilio, James Joyce.

Che le sue siano gesta eroiche o da inganni e mille astuzie, il risultato non cambia: nelle sale cinematografiche e in libreria Ulisse e la sua Odissea sono in queste settimane protagonisti assoluti.

Pagine a ruba Libri in ristampa, ordini e riordini: alla domanda "Sono in aumento le vendite di Odissea e testi connessi?" alla libreria Nautilus la risposta è «Assolutamente sì: c'è un fermento che non si vedeva da anni, vendite come mai prima».

La libreria Coop di via Roma ha dedicato la vetrina alla passione per Ulisse riaccesa dall'ultimo lavoro del regista britannico/statunitense.

Versioni, romanzi, saggi di storia antica, riduzioni e libri illustrati per ragazzi: il catalogo è ampio e include persino, racconta lo staff della libreria, "Come insultavano gli antichi. Dire le parolacce in greco e in latino" edito da Il Nuovo Melangolo: ingiurie, contumelie e imprecazioni tratte dai classici.

«Stanno riscoprendo il mondo antico in tutte le sfaccettature: è esaurita la mappa letteraria del Saggiatore dedicata all'Odissea, si vendono volumi sulla storia del Mediterraneo. È molto richiesta anche L'Odissea in prosa pubblicata quest'anno da Blackie Edizioni nella collana Classici liberati». E, ancora, dagli scaffali si acquista "Eroi" di Andrea Pennacchi, il caso editoriale del romanzo storico di Madeline Miller, "Circe", che ha scalato le classifiche.

Insomma, di tutto un po' e da ogni età, inclusi i nonni che regalano ai nipoti in procinto di affrontare l'ora di epica antologica in settembre, il grande libro illustrato di Yvan Pommaux.

N elle sale e anche all'aperto Dai biglietti ridotti over 65 a quelli under 12: Christopher Nolan conquista tutte le età e nelle sale cinematografiche mantovane le biglietterie non hanno sosta.

In 15 giorni di programmazione a Cinecity sono stati 8000 i biglietti staccati: «Un risultato eclatante per luglio» commenta Paolo Protti, gestore di Ariston e Cinecity, che il 7 e 8 agosto proietterà la

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

pellicola sull'epopea di Ulisse anche all'aperto, all'Arena San Sebastiano (inizio ore 20.45).

La pellicola cult "Odissea" uscita il 16 luglio è in programmazione nei multisala Cinecity (tre proiezioni quotidiane, sei nei week end) e Starplex (cinque proiezioni) e all'Ariston dal sabato al lunedì.

Due ore e cinquantadue minuti che finiscono in applausi: «Piace a tutti e c'è chi torna a rivederlo o torna accompagnando figli e nipoti.

Resterà in programmazione credo fin dopo ferragosto» spiega Protti che offre due dati legati a questa pellicola: «L'Italia è il quarto mercato mondiale e il mercato ha registrato fino al 26 luglio il 50% in più rispetto allo stesso mese dell'anno scorso. Va visto al cinema: nessun maxi schermo tv può rendere allo stesso modo». Odissea piace e chi apprezza gli effetti spettacolari e tecnici ma soprattutto a chi scopre il mito di Ulisse rivisitato.

Ma a ogni eroe ne succede uno successivo. Da due giorni il primato nelle sale non sarà più per Matt Damon nei panni di Ulisse ma per Tom Holland uomo ragno: il nuovo record è per Spider-Man: Brand New Day, uscito il 29 luglio.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Gazzettino (ed. Pordenone)

Controllate e partecipate

## Libreria Al Segno, la promessa: «L'identità sarà la stessa»

*`A settembre si inaugura la nuova gestione Gli ex: «Era necessario»*


Pordenone

Libreria Al Segno, la promessa: «L'identità sarà la stessa»

Schianto in moto, grave un 30enne

Capitale della cultura, bando-bis Si cercano progetti in tutta Italia

Minori stranieri e inclusione Altri fondi

IL PASSAGGIO PORDENONE Nel 1978, aprire una libreria a Pordenone poteva sembrare quasi un gesto di resistenza. Erano gli anni di piombo, e mentre altrove si imbracciavano le armi, Mauro Danelli sceglieva di mettere in vetrina i libri. Una «proposta alternativa» o «un segno rivoluzionario», lo definiva lui stesso, capace di opporre alla violenza una formazione lenta e nonviolenta.

Da quella scommessa è nata la libreria Al Segno, il cui nome ne racchiude già l'essenza: il segno che rimanda al significato, il libro come contenitore di un messaggio e di cultura prima ancora di essere semplice merce, sublimando l'aspetto commerciale. Da allora sono passati quasi cinquant'anni e quattro 'sorelle' si sono aggiunte alla libreria madre: Sacile, San Vito, Cordenons e, nel vicino Veneto, Portogruaro. Oggi quella storia sta cambiando volto. Al Segno sta per cominciare un nuovo capitolo con Librerie.coop, la catena indipendente di Coop Alleanza 3.0 che conta già oltre quaranta punti vendita in Italia, mentre Danelli e il socio storico di Portogruaro, Dino Sartori, lasciano dopo una vita passata dietro il bancone tramandando la loro eredità imprenditoriale e culturale.

LE VOCI «Sono certo che Librerie.coop saprà continuare e rafforzare il rapporto con questo territorio, al quale sono profondamente grato per l'affetto e la stima che mi ha sempre dimostrato» ha detto Sartori, che ai clienti affezionati assicura che nella nuova gestione «ritroveranno la stessa passione e lo stesso impegno che ho cercato di mettere ogni giorno nel mio lavoro». Assieme a Danelli, in una dichiarazione congiunta, ha aggiunto che la decisione di ritirarsi «è stata sofferta, ma ben ponderata e inevitabile».

«Abbiamo fatto questa scelta con serenità e convinzione: non avremmo potuto lasciare Al Segno in mani migliori» e con la nuova proprietà c'è «una profonda sintonia, lo stesso spirito, l'entusiasmo e l'amore per i libri che ci hanno guidato per tutta la vita».

I NUOVI Sul fronte di chi arriva, il direttore operativo Fabrizio Lombardo ha promesso continuità negli arredi, nel logo e nel carattere della libreria, ma anche qualche novità. Agli scaffali di narrativa, poesia e saggistica si affiancheranno gli spazi young adult e romance, oltre a giochi educativi e cartoleria. Sui librai storici, che passeranno in forza alla nuova insegna, Lombardo ha sottolineato che rappresentano la garanzia che l'identità di Al Segno non si perda nel passaggio. La dg Nicoletta Bencivenni ha inquadrato l'operazione in una strategia più ampia, quella di «raccogliere il testimone» di librerie storiche radicate nella memoria delle città. Per il presidente di Librerie.coop, Federico Parmeggiani, si tratta di un investimento coerente con la «tutela della tradizione culturale, sostenibilità e attenzione al territorio», mentre il presidente di Coop Alleanza 3.0, Domenico Trombone, lo ha unito alla

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

base sociale della cooperativa in regione, fatta di migliaia di soci che «meritano una proposta di qualità anche di tipo culturale». L'inaugurazione ufficiale della nuova gestione è fissata per settembre, nei giorni in cui Pordenone si tingerà del giallo di Pordenonelegge: un modo per celebrare la carriera di Danelli, che resterà comunque al fianco della nuova proprietà fino all'inizio del prossimo anno per accompagnare la transizione. Nello stesso periodo è previsto anche il taglio del nastro della libreria di Portogruaro, con cui si festeggerà il pensionamento di Sartori. Per i soci Coop e per i possessori della carta fedeltà ci sarà uno sconto del 5% sui primi dieci titoli in classifica. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Messaggero Veneto (ed. Pordenone)

Controllate e partecipate

## Il Segno è stata ceduta alle Librerie.coop


Pordenone

Formati i primi dog sitter Tirocini con le famiglie per imparare sul campo

Il chiocolatore Pojana «Tutto su Sagra e città»

Il Segno è stata ceduta alle Librerie.coop

Cultura La storia continua nel loro Segno. Dopo 48 anni di attività, fitti di cultura, le librerie al Segno vengono cedute a Librerie.coop, la catena indipendendente di proprietà Coop Alleanza 3.0, che gestisce oltre 40 librerie in tutta Italia. Cambio di guardia dunque, ma come recita la campagna che annuncia il nuovo assetto: «La lettura continua». L'intenzione di Mauro Danelli è infatti di tramandare la sua eredità imprenditoriale e culturale. Fu proprio Danelli a dare vita alla catena. Era il 1978 .

«Erano gli anni di piombo e aprire una libreria poteva anche porsi come un segno rivoluzionario o come una proposta alternativa: contrapporre alle armi i libri, sostituire un'azione violenta destinata al fallimento con una resistenza nonviolenta votata alla formazione», spiega Danelli. Dopo l'apertura della prima sede a Pordenone, sono arrivate quelle di Sacile, San Vito, Cordenons e Portogruaro. E anche Dino Sartori, socio di Danelli, da sempre punto di riferimento per la città veneta, ha deciso di andare in pensione: «Sono certo che Librerie.coop saprà rafforzare il rapporto con questo territorio». Come desiderato, non ci saranno stravolgimenti. Lo confermano la direttrice generale Nicoletta Bencivenni e il direttore operativo Fabrizio Lombardo, che spiega: «I librai qualificati del Segno passeranno in forza a Librerie.coop. Verranno mantenuti poi il logo, parte degli arredi, il carattere e soprattutto lo spirito e l'ampio assortimento». Il presidente di Librerie.coop Federico Parmeggiani sottolineaquanto sia preziosa e da preservare la tradizione culturale. Lo ribadisce anche il presidente di Coop Alleanza 3.0 Domenico Trombone: «I nostri soci meritano una proposta di qualità anche di tipo culturale». I propositi sono quelli di continuare a lasciare il segno. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Eco di Bergamo

Coop e Cooperazione

# Iperal taglia il traguardo dei 40 anni «L'apertura in via Autostrada nel 2027»

*Il focus. Fondata nel 1986 in provincia di Sondrio, la catena è seconda in Lombardia per quote di mercato Il presidente Tirelli: «In Bergamasca sono previsti cinque nuovi punti vendita nei prossimi due -tre anni»*

FRANCESCA BELOTTI


Economia

Ferrovie dello Stato in rosso semestre a meno 200 milioni

Iperal taglia il traguardo dei 40 anni «L'apertura in via Autostrada nel 2027»

Il focus. Fondata nel 1986 in provincia di Sondrio, la catena è seconda in Lombardia per quote di mercato Il presidente Tirelli: «In Bergamasca sono previsti cinque nuovi punti vendita nei prossimi due-tre anni»

La presenza di Iperal in Bergamasca

La geopolitica frena Ferretti Ordini in discesa del 26,9%

Iperal nasce 40 anni fa in Valtellina. Antonio Tirelli, fondatore con il papà Bruno del gruppo della grande distribuzione, lo racconta ancora con una vena di emozione. Nella nostra provincia, oggi Iperal è una realtà ben consolidata, ma il legame con il territorio bergamasco risale agli anni '50, quando Bruno Tirelli iniziò l'attività di agente di commercio per il gruppo Lombardini. Più tardi si mise in proprio e per una ventina d'anni portò avanti con successo un importante ingrosso di prodotti alimentari.

Poi il caso ha fatto la storia. «I proprietari di una piccola catena di supermercati con quattro punti vendita a Sondrio nostri clienti - ci proposero di acquisire un'area dove realizzare un ipermercato a Castione Andevenno, alle porte del capoluogo», racconta Antonio Tirelli, presidente di Iperal. Bisogna immaginare un giovane Tirelli, neo laureato in Economia e commercio, con quell'audacia tipica dell'età («avevo 25 anni»), che spinge per accettare «una grande sfida».

«Noi eravamo grossisti, che è ben diverso dal gestire un supermercato - precisa -. Siamo riusciti ad aprirlo nel 1986 e l'anno dopo abbiamo chiuso l'ingrosso». È nel 2000 che Iperal varca i confini della Valtellina, con l'apertura del primo supermercato a Lecco, «ancora un po' viziato dalla cultura dell'ipermercato».

Fatto sta che oggi Iperal conta 58 punti vendita in Lombardia («siamo presenti in otto province») e 15 in Bergamasca, per un totale di 5.500 dipendenti (l'età media è di 27 anni), di cui 1.042 nella nostra provincia. Con un fatturato 2025 di 1,619 miliardi, «quest'anno dovremmo arrivare a 1,8 miliardi», puntualizza Tirelli. Numeri che fanno di Iperal la seconda catena a livello regionale e nel territorio orobico.

Con un piano di espansione che prevede «cinque nuove aperture in Bergamasca nei prossimi due-tre anni».

Intanto una nuova apertura è già in programma. A inizio luglio, infatti, Coop Lombardia ha annunciato la cessione del punto vendita di via Autostrada in città. E a subentrare, attraverso l'acquisto del ramo di azienda e un contratto d'affitto, negli spazi liberati da Coop, è Iperal, che così inaugura il suo primo punto vendita in città, su una superficie di 2.500 metri quadrati. «Le chiavi ci sono state consegnate il 23 luglio e prevediamo un intervento di ristrutturazione radicale - afferma il presidente -.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

L'Eco di Bergamo

Coop e Cooperazione

Penso che sicuramente entro i primi mesi dell'anno prossimo il supermercato sarà aperto». Per quanto riguarda l'organico, su 19 dipendenti, 16 hanno accettato il passaggio a Iperal. «Il numero di collaboratori comunque sarà incrementato», fa sapere Tirelli.

È una formula «insolita» quella del punto vendita di via Autostrada per Iperal, perché «abitualmente (in circa il 70% dei casi, ndr) costruiamo l'edificio dove poi apriamo il punto vendita». Altra eccezione è il market inaugurato qualche giorno fa in via Ripamonti a Milano, il secondo «all'ombra della Madonnina» dopo quello di viale Monza. «L'immobile in via Ripamonti era già esistente - spiega Tirelli - : si sono succedute tre catene, l'ultima delle quali ha chiuso tre anni fa. Noi abbiamo stipulato un contratto d'affitto con la famiglia proprietaria dell'immobile, l'abbiamo ristrutturato e abbiamo aperto un supermercato cittadino più piccolo rispetto ai nostri standard: mille metri quadrati netti di vendita, quando di solito oscilliamo tra i 1.500 e i 2.500». Tornando alla nostra provincia, «il primo punto vendita significativo è stato quello di Presezzo (aperto nel 2017), che ha portato a una svolta per il successo oltre le aspettative che ha avuto». Su via Autostrada, Tirelli non si sbilancia: «Come tutte le aperture occorre prudenza: è una sfida e cercheremo di fare del nostro meglio. La concorrenza è qualificata, ma siamo già conosciuti in provincia di Bergamo e questo ci aiuta. L'auspicio è quello di offrire un servizio di prossimità al quartiere». Fanno ben sperare «i 293mila clienti in provincia di Bergamo» e «i tanti fornitori con cui abbiamo una partnership consolidata». Secondo Tirelli, Iperal si distingue per «l'attenzione con cui ci relazioniamo con i fornitori locali: cerchiamo sempre di avere i prodotti del territorio sui nostri scaffali, è parte della cultura valtellinese, di un territorio dove ci si conosce tutti e si capisce quanto sia importante trattare le persone in maniera attenta». Un esempio? «Per le latterie che ci servono, rappresentiamo il 25% del loro fatturato». «Mettere un piede» fuori dalla Lombardia sarebbe possibile, ma non è un'opzione: «C'è ancora spazio nella nostra regione, in cui abbiamo costruito la distintività della nostra marca», sottolinea Tirelli. Iperal, infatti, se la gioca sul «rapporto qualità-prezzo e nella qualità ci sono aspetti che vanno dal prodotto al servizio: come si presenta il negozio e la cordialità dei dipendenti che ci viene riconosciuta dai sondaggi». ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

L'Eco di Bergamo

Coop e Cooperazione

# Pittogrammi e luci più soffuse, Ipercoop è «autism friendly»


32
Pianura e Isola
Zingonia, 400mila euro per la videosorveglianza
Pittogrammi e luci più soffuse, Ipercoop è «autism friendly»
IN VACANZA COME A CASA
L'ECO DI BERGAMO

Treviglio L'Ipercoop di Treviglio diventa il secondo punto vendita del marchio Coop Lombardia nella provincia di Bergamo a essere «autism friendly».

Nei giorni scorsi si è svolta la cerimonia di inaugurazione dei locali, al termine di un percorso di restyling che ha coinvolto l'intero punto vendita.

Il cuore dell'intervento riguarda però la trasformazione del supermercato in una struttura «autism friendly», pensata per venire incontro alle esigenze delle persone con disturbi dello spettro autistico. Con quello trevigliese è il secondo a raggiungere questo traguardo nella provincia di Bergamo dopo il primo di via Broseta, in città.

«È stato fatto un grande lavoro di ottimizzazione e identificazione degli spazi», ha rivelato Danilo Gherghi, direttore vendite Coop Lombardia.

Il progetto ha previsto una revisione dell'impianto di illuminazione, con punti luce diffusi in sostituzione delle fonti più intense, così da ridurre l'impatto sensoriale. Anche la musica di sottofondo e i suoni provenienti dalle casse sono stati modificati, con l'obiettivo di rendere l'ambiente più accogliente. Nel punto vendita sono stati inoltre introdotti cartellonistica visiva con pittogrammi, pensati per facilitare l'individuazione dei prodotti. «Questo è un protocollo che stiamo adottando in tutti i negozi che stiamo ristrutturando. Quello di Treviglio è il diciassettesimo in Lombardia», spiega Laura Redaelli, responsabile soci Treviglio. Parallelamente ai lavori, il personale del supermercato ha seguito corsi di formazione specifici, mirati a migliorare l'assistenza nei confronti della clientela con autismo. «Complimenti per questa ristrutturazione, con ampi spazi anche di più facile accesso». ha spiegato il vice sindaco di Treviglio Pinuccia Prandina. Diego Defendini.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Resto del Carlino (ed. Forlì)

Coop e Cooperazione

La preoccupazione di Legacoop e Cia Romagna. La Regione stanzia gasolio agevolato per i trattori

## Trasporti e agricoltura in emergenza: chiesti aiuti


LE NOSTRE TASCHE

Benzina sempre più cara
Superati i prezzi di maggio
«Stangata per le ferie»

«Rincari da inizio luglio»

Trasporti e agricoltura in emergenza: chiesti aiuti

L'aumento del costo dei carburanti torna a mettere sotto pressione due comparti strategici dell'economia romagnola: trasporti e agricoltura. Da un lato Legacoop Romagna chiede che gli interventi sulle accise siano accompagnati dall'immediata attuazione del credito d'imposta promesso dal Governo alle imprese della logistica; dall'altro la Regione Emilia-Romagna vara un'integrazione straordinaria del gasolio agricolo agevolato fino al 50% delle assegnazioni annuali, mentre Cia Romagna sollecita il rafforzamento del Decreto Carburanti durante l'iter parlamentare.

Per le cooperative di trasporti e servizi aderenti a Legacoop il rischio è concreto. Le 15 cooperative associate rappresentano un settore che coinvolge 680 soci, occupa 2.470 lavoratori e sviluppa oltre 440 milioni di euro di fatturato annuo. Il rincaro del gasolio, aumentato di circa il 13% dalla fine di giugno, pesa direttamente sui costi di trasporto, logistica, cantieri, servizi ambientali e raccolta rifiuti. «Un'emergenza strutturale si combatte con impegni concreti e puntuali», sottolinea Legacoop, chiedendo che venga rapidamente finanziato lo stanziamento da 300 milioni di euro in credito d'imposta concordato con il Governo nell'ambito dell'intesa con Unatras. «Senza quelle misure - avverte l'associazione - le prospettive per le imprese romagnole del comparto sarebbero molto difficili».

Sul fronte agricolo, il caldo eccezionale ha causato un ricorso sempre più frequente alle irrigazioni: dunque si sono esauriti in anticipo i quantitativi di carburante assegnati a molte aziende. La Regione ha quindi disposto una maggiorazione straordinaria del gasolio agricolo agevolato: fino al 50% per le domande presentate entro il 31 agosto, al 40% entro settembre e al 20% entro ottobre. Cia Romagna giudica positivo l'intervento regionale, ma chiede anche un rafforzamento del Decreto Carburanti nazionale. Tra le proposte: prorogare il credito d'imposta sul gasolio agricolo anche ai mesi di giugno e luglio, renderlo compensabile fino al 2027 ed estendere fino a luglio il beneficio per l'acquisto di fertilizzanti. «L'agricoltura ha bisogno di liquidità e di strumenti efficaci per continuare a produrre e investire». Cia chiede inoltre di accelerare le procedure per rendere realmente disponibili i crediti d'imposta.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

GDO News

Concorrenza GDO

# Più promozioni, meno risultati. La GDO scopre che lo sconto da solo non basta più

Meta Time


GDO News

Più promozioni, meno risultati. La GDO scopre che lo sconto da solo non basta più



07/31/2026 12:32 Meta Time

C'è un dato, nel report Circana sul primo semestre 2026, che rischia di passare inosservato ma che potrebbe essere uno dei più significativi per comprendere l'evoluzione del retail italiano: le promozioni aumentano ma la loro efficacia diminuisce. PRENDI PARTE AL GDONEWS RETAIL INTELLIGENCE FORUM 2026 Nel progressivo di giugno la pressione promozionale cresce infatti di 0,8 punti percentuali rispetto allo scorso anno, mentre il livello medio degli sconti rimane sostanzialmente stabile. Parallelamente, Circana registra una riduzione dell'efficacia promozionale pari a otto punti, attribuendola a un diverso mix di attività, con un maggiore ricorso al semplice taglio prezzo e una minore presenza dei volantini. È un fenomeno che va ben oltre la meccanica delle promozioni: per molti anni lo sconto ha rappresentato la leva principale per sostenere i volumi e difendere le quote di mercato. Oggi, però, il consumatore appare molto più selettivo. Non reagisce automaticamente alla presenza di un prezzo ribassato, ma valuta contesto, convenienza reale, qualità dell'offerta e rilevanza dell'acquisto. La conseguenza è evidente, per ottenere gli stessi risultati occorre aumentare la pressione promozionale ma questo significa ridurre progressivamente la redditività. Il tema diventa quindi strategico: la distribuzione moderna dovrà ripensare il concetto stesso di promozione? L'impressione è che non è più sufficiente moltiplicare gli sconti, ma occorre renderli più intelligenti. Le carte fedeltà, la personalizzazione delle offerte, l'intelligenza artificiale applicata all'analisi dei comportamenti di acquisto, il retail media e le piattaforme digitali consentono oggi di costruire promozioni molto più mirate rispetto al passato, capaci di raggiungere il singolo cliente anziché l'intera platea indistinta. Anche il progressivo ridimensionamento del volantino cartaceo, evidenziato indirettamente dall'analisi Circana, suggerisce che il settore sta attraversando una trasformazione molto più ampia: cambia il mezzo attraverso cui si comunica il prezzo e cambia il modo con cui il consumatore scopre le offerte. Il secondo semestre potrebbe quindi rappresentare un banco di prova importante, non tanto per capire quante promozioni verranno fatte, ma per verificare quali saranno realmente capaci di modificare i comportamenti d'acquisto, perché il prezzo continuerà a essere decisivo, ma da solo, ormai, non sembra più sufficiente.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

# Conad Adriatico inaugura il nuovo Conad City di Castel di Lama (Ap)


Distribuzione Moderna

Conad Adriatico inaugura il nuovo Conad City di Castel di Lama (Ap)

07/31/2026 12:02

Castel di Lama ritrova il suo Conad City. In Via Roma 114 apre le porte un negozio pensato per tornare a essere il punto di riferimento quotidiano del quartiere. Uno store urbano di 290 mq che mette al centro le persone, con un'offerta completa, reparti freschi e servizi per la popolazione. Riqualificazione totale L'inaugurazione di Via Roma segna un importante ritorno del presidio per la città. Il punto vendita ha attraversato un percorso di profonda trasformazione interventi strutturali e una riqualificazione totale degli spazi hanno restituito nuova vita a un locale con una lunga storia in questo angolo di Castel di Lama. Reparti freschi protagonisti I reparti freschi sono protagonisti nell'offerta del nuovo Conad City . L' ortofrutta accoglie i clienti fin dall'ingresso con banchi in legno e un assortimento curato che privilegia la stagionalità, arricchito da una couvette dedicata ai preparati pronti da cuocere e da uno spazio apposito per frutta secca e legumi. L'offerta comprende referenze nichel free, biologiche e della linea Verso Natura , per rispondere alle diverse esigenze e stili di consumo. La panetteria e pasticceria sfornano ogni giorno pane e pizza freschi grazie al banco assistito, affiancato da un banco pasticceria fresca, per un'ampia scelta di prodotti per ogni momento della giornata. La gastronomia propone una varietà di specialità fredde, potenziata da una vetrina self-service calda, per chi desidera un pasto pronto senza rinunciare al gusto. La salumeria e la formaggeria valorizzano una ricca selezione di prodotti con il supporto del personale specializzato, potenziate da due aree dedicate al take away di salumi e formaggi per ampliare la proposta e agevolare la spesa veloce. La macelleria coniuga il servizio del banco assistito con il libero servizio, offrendo una proposta pensata per la praticità della spesa quotidiana, con referenze antibiotic free e biologiche della linea Verso Natura, oltre ai pronti a cuocere Conad. Spazio per il free from e i vini L'offerta si arricchisce con uno spazio dedicato ai prodotti senza glutine e lattosio , pensato per rispondere alle esigenze di chi segue specifici regimi alimentari e ai nuovi stili di consumo. Completa l'assortimento la Cantina , con un'ampia selezione di vini, tra cui numerose etichette marchigiane. Oltre 60 referenze locali Il legame con il territorio si traduce in oltre 60 referenze locali , selezionate per valorizzare le eccellenze agroalimentari marchigiane. Dai prodotti da forno ai salumi, dalla pasta ai formaggi, fino ai vini: l'assortimento racconta la qualità, la varietà e la tradizione delle produzioni regionali. "I bisogni delle persone evolvono, le abitudini di spesa cambiano, e Conad Adriatico ha costruito la propria strategia di sviluppo su questa consapevolezza - dichiara Antonio Di Ferdinando, ad di Conad Adriatico - . È su questo modello che Conad Adriatico ha costruito una rete competitiva e in crescita, e su questo modello

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

continueremo a investire. Il Conad City di Castel di Lama va in questa direzione: un negozio moderno, con reparti freschi di qualità e un assortimento che valorizza i produttori marchigiani, pensato per essere un nuovo punto di riferimento del quartiere. Questa riapertura assume per noi un valore ancora più profondo: ribadisce la nostra volontà di essere una presenza solida e costante per il territorio, valorizzando al tempo stesso le nostre persone, affidando la gestione a ex collaboratori, oggi soci imprenditori".

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

# Etruria Retail arriva con un Famila Market a Camaiore (Lu)


Distribuzione Moderna

Etruria Retail arriva con un Famila Market a Camaiore (Lu)

07/31/2026 17:01

Ha aperto le porte il nuovo Famila Market di via Roma 41 a Camaiore della rete di Etruria Retail. Punto di riferimento per la comunità Il nuovo Famila Market – aperto tutti i giorni dal lunedì alla domenica, dalle ore 7.30 alle ore 20.30 – nasce come un luogo per la spesa pensato per rispondere alle diverse esigenze dei clienti, ma anche come uno spazio di servizio, incontro e prossimità. Un negozio vicino alle persone, che unisce qualità, convenienza e attenzione quotidiana, nel pieno rispetto dei valori che caratterizzano la rete Etruria Retail e il suo legame con i territori in cui opera. Qualità e freschezza in ogni reparto Grande attenzione è riservata ai reparti freschi e di servizio. La macelleria propone carni selezionate e tagli preparati con cura, mentre la panetteria offre pane e prodotti da forno per accompagnare ogni momento della giornata. Nel reparto ortofrutta , freschezza e stagionalità guidano la selezione quotidiana dei prodotti. La gastronomia presenta un assortimento di salumi, formaggi e specialità, con un'attenta selezione di prodotti locali e proposte adatte alle diverse occasioni di consumo. Fiore all'occhiello del nuovo punto vendita è la pescheria , un reparto particolarmente importante per una località di mare come Camaiore, con pesce fresco scelto ogni giorno per offrire qualità, varietà e un servizio attento. Il valore aggiunto dei prodotti Selex A completare l'offerta, infine, è l'ampia gamma dei prodotti a marchio Selex : un assortimento ampio e diversificato, studiato per rispondere alle necessità delle famiglie e offrire una scelta affidabile nelle diverse categorie merceologiche.

Ha aperto le porte il nuovo Famila Market di via Roma 41 a Camaiore della rete di Etruria Retail. Punto di riferimento per la comunità Il nuovo Famila Market - aperto tutti i giorni dal lunedì alla domenica, dalle ore 7.30 alle ore 20.30 - nasce come un luogo per la spesa pensato per rispondere alle diverse esigenze dei clienti, ma anche come uno spazio di servizio, incontro e prossimità. Un negozio vicino alle persone, che unisce qualità, convenienza e attenzione quotidiana, nel pieno rispetto dei valori che caratterizzano la rete Etruria Retail e il suo legame con i territori in cui opera. Qualità e freschezza in ogni reparto Grande attenzione è riservata ai reparti freschi e di servizio. La macelleria propone carni selezionate e tagli preparati con cura, mentre la panetteria offre pane e prodotti da forno per accompagnare ogni momento della giornata. Nel reparto ortofrutta , freschezza e stagionalità guidano la selezione quotidiana dei prodotti. La gastronomia presenta un assortimento di salumi, formaggi e specialità, con un'attenta selezione di prodotti locali e proposte adatte alle diverse occasioni di consumo. Fiore all'occhiello del nuovo punto vendita è la pescheria , un reparto particolarmente importante per una località di mare come Camaiore, con pesce fresco scelto ogni giorno per offrire qualità, varietà e un servizio attento. Il valore aggiunto dei prodotti Selex A completare l'offerta, infine, è l'ampia gamma dei prodotti a marchio Selex : un assortimento ampio e diversificato, studiato per rispondere alle necessità delle famiglie e offrire una scelta affidabile nelle diverse categorie merceologiche.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Distribuzione Moderna

Concorrenza GDO

# Esselunga rinnova il superstore di Massa con nuovi servizi e il Bar Atlantic


Distribuzione Moderna

Esselunga rinnova il superstore di Massa con nuovi servizi e il Bar Atlantic

07/31/2026 17:31

Lo storico supermercato Esselunga di viale Roma a Massa si rinnova e si amplia proponendo in un ambiente ancora più accogliente una nuova esperienza di spesa. L'arrivo dell'insegna in città risale al 21 maggio ; rimodernato una prima volta nel 1997, il supermarket diventa ora un vero e proprio superstore di 3.000 mq servito da 392 posti auto a raso. Grazie all'ampliamento la città ha beneficiato di un'importante riqualificazione del quartiere con la realizzazione di nuove rotatorie lungo viale Roma e via Marchetti; in più Esselunga ha anche contribuito alla riqualificazione della storica Villa della Rinchiostra , prestigiosa dimora risalente alla fine del 1600. Macelleria assistita, enoteca e pasticceria Elisenda tra le novità Nei nuovi spazi di Massa i clienti trovano tutti i più moderni servizi di Esselunga , un maggiore assortimento di prodotti freschi e confezionati, con una scelta di oltre 15.000 articoli: tra le novità più significative il banco di carne assistito , una fornita enoteca con oltre 800 etichette e la pasticceria Elisenda , il marchio che caratterizza l'offerta dolce di qualità, nata dalla collaborazione con i fratelli Cerea , gli chef stellati del ristorante Da Vittorio. Arricchisce e completa l'offerta il Bar Atlantic , inaugurato lo scorso 17 dicembre, che propone un servizio di caffetteria con cucina con la possibilità di fermarsi a colazione, pranzo e anche per l'aperitivo nella sala dotata di 68 posti a sedere con nuovi arredi e vetrine espositive.

Lo storico supermercato Esselunga di viale Roma a Massa si rinnova e si amplia proponendo in un ambiente ancora più accogliente una nuova esperienza di spesa. L'arrivo dell'insegna in città risale al 21 maggio ; rimodernato una prima volta nel 1997, il supermarket diventa ora un vero e proprio superstore di 3.000 mq servito da 392 posti auto a raso. Grazie all'ampliamento la città ha beneficiato di un'importante riqualificazione del quartiere con la realizzazione di nuove rotatorie lungo viale Roma e via Marchetti; in più Esselunga ha anche contribuito alla riqualificazione della storica Villa della Rinchiostra , prestigiosa dimora risalente alla fine del 1600. Macelleria assistita, enoteca e pasticceria Elisenda tra le novità Nei nuovi spazi di Massa i clienti trovano tutti i più moderni servizi di Esselunga , un maggiore assortimento di prodotti freschi e confezionati, con una scelta di oltre 15.000 articoli: tra le novità più significative il banco di carne assistito , una fornita enoteca con oltre 800 etichette e la pasticceria Elisenda , il marchio che caratterizza l'offerta dolce di qualità, nata dalla collaborazione con i fratelli Cerea , gli chef stellati del ristorante Da Vittorio. Arricchisce e completa l'offerta il Bar Atlantic , inaugurato lo scorso 17 dicembre, che propone un servizio di caffetteria con cucina con la possibilità di fermarsi a colazione, pranzo e anche per l'aperitivo nella sala dotata di 68 posti a sedere con nuovi arredi e vetrine espositive.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Largo Consumo

Concorrenza GDO

# Francesco Avanzini nuovo Presidente di GS1 Italy

Virginia Ventura

Francesco Avanzini è il nuovo Presidente di GS1 Italy , l'associazione che riunisce 42 mila imprese e che sviluppa standard globali, soluzioni e servizi per la condivisione automatizzata e affidabile dei dati tra imprese e con i consumatori, per migliorare l'efficienza dei processi e abilitare la trasformazione digitale. Francesco Avanzini, classe 1963, veronese, da oltre 30 anni opera nei mercati FMCG con esperienze sia tra i produttori industriali che tra i grandi distributori, a livello nazionale e internazionale, e dal 2023 è Direttore generale del Consorzio Nazionale Conad. Nel suo nuovo incarico in GS1 Italy, che coprirà il triennio 2026-2028, Avanzini subentra a Francesco Del Porto. Ad affiancarlo in qualità di Vice Presidenti saranno, Aldo Sutter, Amministratore unico del Gruppo Sutter, e Alessandro d'Este, Amministratore delegato del Gruppo Veronesi, in rappresentanza dell'Industria, oltre a Domenico Brisigotti, Presidente di Coop Italia, per la Distribuzione.


Largo Consumo

Francesco Avanzini nuovo Presidente di GS1 Italy

07/31/2026 11:46 Virginia Ventura

Francesco Avanzini è il nuovo Presidente di GS1 Italy , l'associazione che riunisce 42 mila imprese e che sviluppa standard globali, soluzioni e servizi per la condivisione automatizzata e affidabile dei dati tra imprese e con i consumatori, per migliorare l'efficienza dei processi e abilitare la trasformazione digitale. Francesco Avanzini, classe 1963, veronese, da oltre 30 anni opera nei mercati FMCG con esperienze sia tra i produttori industriali che tra i grandi distributori, a livello nazionale e internazionale, e dal 2023 è Direttore generale del Consorzio Nazionale Conad. Nel suo nuovo incarico in GS1 Italy, che coprirà il triennio 2026-2028, Avanzini subentra a Francesco Del Porto. Ad affiancarlo in qualità di Vice Presidenti saranno, Aldo Sutter, Amministratore unico del Gruppo Sutter, e Alessandro d'Este, Amministratore delegato del Gruppo Veronesi, in rappresentanza dell'Industria, oltre a Domenico Brisigotti, Presidente di Coop Italia, per la Distribuzione.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Mattino di Padova

Concorrenza GDO

# Sull'area ex Aldi la minoranza attacca «Perso del denaro»

GIANNI BIASETTO


Selvazzano - Rubano

Soldi "lavati" dentro il bar Scommesse e videopoker si ipotizza il riciclaggio

Sull'area ex Aldi la minoranza attacca «Perso del denaro»

TRUE CRIME A NORDEST

Cinque volumi raccontano i più sconvolgenti e memorabili casi di cronaca nera avvenuti tra Veneto, Friuli Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige

Da oggi la collana è ordinabile in tutte le librerie e online!

gianni biasetto Selvazzano Dopo le ultime notizie che la catena tedesca della grande distribuzione Aldi non sarebbe più interessata a costruire un supermercato a Tencarola, nell'area compresa tra via Padova, via Dalmazia e via Forno, Noi per Selvazzano e il Polo Civico La Rinascita considerano «un pericoloso precedente politico-amministrativo» l'approvazione della variante n.19 al Piano degli Interventi che ha trasformato l'area urbanisticamente da residenziale a commerciale. «Va denunciato con forza come questa decisione politica abbia prodotto un effetto paradossale sotto il profilo del perseguimento del bene pubblico: l'inversione del beneficiario», evidenziano in una nota i due soggetti politici. «La nuova proprietà, dopo aver acquistato l'area per 930.000 euro, quando la trasformazione urbanistica era già stata approvata» come risulta dall'Agenzia delle Entrate «l'aveva rimessa in vendita a un prezzo notevolmente superiore, secondo le ordinarie logiche dell'intermediazione immobiliare». Della decisione di Aldi di non investire a Tencarola il Comune dice di essere a conoscenza. Non è invece dato a sapere chi acquisterà il compendio per costruire un supermercato di medie dimensioni visto che l'accordo Comune-privato questo prevede. «Ancora una volta, dunque, tutto sembra dipendere dalle decisioni del privato», continua la nota. «Attenderemo che gli accordi vengano protocollati, così da poter conoscere le cifre reali e quali siano gli effettivi interessi economici in gioco. Il paradosso è evidente, la variante 19 ha prodotto una rilevante rivalutazione del patrimonio immobiliare del nuovo acquirente, senza alcun corrispondente vantaggio per le casse comunali. La domanda, quindi è inevitabile: perché il sindaco e la sua maggioranza non hanno valutato questo effetto di rivalutazione immobiliare e non hanno ritenuto opportuno ritirare in autotutela la variante adottata dal Commissario straordinario? L'insediamento di una media struttura di vendita rischia di compromettere ulteriormente la vivibilità di Tencarola». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Libertà

Concorrenza GDO

# Per i quattro supermarket Pam forse la salvezza con Gulliver

*Apertura delle buste e un'unica offerta per i punti vendita "Manzini & co" a Bettola, Carpaneto, Gossolengo, Pianello*

Nadia Plucani


Valnure e Valdarda

Per i quattro supermarket Pam forse la salvezza con Gulliver

Apertura delle buste e un'unica offerta per i punti vendita "Manzini & co" a Bettola, Carpaneto, Gossolengo, Pianello

Sanità in montagna: ecografie e visite anche a Rustigazzo

Carpaneto evita gli aumenti Tari con 30mila euro

Castellarquato, la minoranza «Confrontiamoci sulla scuola»

Nadia Plucani piacenza Continua a far sentire i suoi effetti nel Piacentino la crisi della "Manzini & co dal 1938 srl", società attiva nel commercio al dettaglio che, la scorsa primavera, aveva ufficialmente presentato domanda di concordato in tribunale a Reggio Emilia per 14 supermercati tra Reggio Emilia, Piacenza, Bologna e Imola.

Nel Piacentino i quattro supermercati a marchio Pam che si trovano a Bettola, Carpaneto, Gossolengo e Pianello sono in attesa di conoscere la loro sorte, ma da indiscrezioni circolate ieri con insistenza sembra che ormai sia molto vicina e concreta la possibilità che tutti possano essere acquisiti dal gruppo Alfi, noto per i punti vendita Gulliver.

La Manzini, dopo l'uscita da Realco, di cui la società reggiana costituiva il 30 percento del fatturato, aveva avviato in passato una procedura di composizione negoziata della crisi, poi però abbandonata.

Quella del gruppo Alfi sembrerebbe l'unica società ad aver presentato l'offerta: «Ormai da parecchi mesi l'azienda Manzini è in difficoltà - rileva Marco Alquati di Fisascat Cisl- e con essa la popolazione dei lavoratori, che è quasi del tutto femminile». Non ci si sbilancia ulteriormente, l'apprensione è palpabile, seppure ci sia la speranza che la questione si possa concludere positivamente. «Siamo vicini ad una soluzione che speriamo positiva per le lavoratrici - commenta Alquati - Fino a questo momento hanno dovuto lavorare a fatica».

Una fatica soprattutto dettata dal pagamento degli stipendi, che sono arrivati a singhiozzo.

«Se venisse confermato il nuovo passaggio - afferma Marco Pascai di Filcams Cgil di Piacenza - la prima cosa che chiediamo alla nuova proprietà è un incontro immediato per relazioni sindacali trasparenti basate sul rispetto reciproco e sul dialogo continuo. Non vogliamo trovarci davanti a fatti compiuti come già successo nel passato».

La priorità, viene ribadito dal sindacato, sono i lavoratori. «Nessuno deve essere lasciato indietro», prosegue Pascai. «Chiediamo che tutti i contratti di lavoro vengano mantenuti esattamente così come sono stati ereditati. I lavoratori hanno già affrontato troppi mesi di incertezza.

I negozi hanno bisogno di investimenti concreti e non parliamo solo di ristrutturare i locali o cambiare le insegne. Il vero rilancio passa attraverso le persone. Serve un forte investimento sul capitale umano oltre a tutelare chi c'è già. Il gruppo Alfi deve programmare nuove assunzioni e nuova formazione». Pascai sottolinea inoltre che con la nuova acquisizione i quattro punti vendita «almeno per il momento,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

sembrano avere una visione, una prospettiva e un futuro più definiti e rassicurante rispetto ai "cugini" della società Gedis, cioè i quattro supermercati di Castelsangiovanni, Borgo Faxhall, via Dante e Farnesiana».

L'auspicio - conclude - è che anche per questi ultimi «possano arrivare al più presto notizie positive con i primi di agosto e che possa garantire continuità occupazionale e certezze alle lavoratrici e ai lavoratori».

Marco Pascai (Cgil) Non vogliamo trovarci davanti a passi compiuti come già successo in passato» Marco Alquati (Cisl) Siamo vicini a una soluzione speriamo positiva.

Le lavoratrici hanno fatto fatica».

Corriere Romagna (ed. Forlì-Cesena)

Concorrenza GDO

INDAGINE DI CONFCOMMERCIO

# Meno botteghe e più supermercati I numeri del commercio forlivese

*In sette anni la città ha perso 185 attività al dettaglio e oggi conta oltre 500 vetrine chiuse*


FORLÌ

INDAGINE DI CONFCOMMERCIO

Meno botteghe e più supermercati
I numeri del commercio forlivese

In sette anni la città ha perso 185 attività al dettaglio e oggi conta oltre 500 vetrine chiuse



MATILDA FERRARESI Meno negozi, più vetrine spente e consumi che si spostano verso le grandi superfici e l'e-commerce. In sette anni Forlì ha perso 185 attività al dettaglio e oggi conta oltre 500 vetrine chiuse di cui circa 180 nel centro storico. È il ritratto del commercio forlivese tracciato dal primo rapporto analitico di Confcommercio Forlì, che fotografa l'evoluzione del settore dal 2018 al 2025. L'indagine restituisce una fotografia dettagliata del cambiamento delle attività commerciali in ambito locale.

Cambiano i bisogni «Quello del commercio è settore profondamente cambiato negli ultimi trent'anni - afferma il direttore Confcommercio Alberto Zattini - tuttavia ne rivendichiamo il ruolo fondamentale nell'economia del territorio forlivese».

Mutati anche i bisogni dei consumatori: «Il focus si è spostato radicalmente dai beni ai servizi - spiega Zattini - e saper interpretare e soddisfare queste nuove richieste è oggetto di sfida necessaria per non uscire dal mercato.

Con questo rapporto inizia un nuovo percorso - continua il direttore - e una modalità moderna di fare sindacato: si parte dalla valutazione del contesto, delle tendenze evolutive del mercato e dei consumatori. È una grande opportunità per gli associati».

Desertificazione urbana Osservando i dati emerge un calo del numero di esercizi al dettaglio nel territorio comunale passati da 1.420 nel 2018 a 1.235 nel 2025 (13%). Il fatturato e la quota di mercato si spostano prevalentemente verso poli commerciali periferici alimentando così il fenomeno della desertificazione commerciale: i censimenti locali e i rilievi di Confcommercio quantificano, come detto in apertura, oltre 500 vetrine inattive o chiuse sull'intero territorio comunale, di cui circa 180 concentrate nel centro storico. «La desertificazione è un problema che incide sul sociale - commenta Andrea Zocca, presidente Confcommercio Forlì - impattando in primo luogo sui soggetti più anziani i quali si trovano in mancanza di servizi accessibili, per questo crediamo che sia importante un'agenda urbana capace di valorizzare il ruolo del terziario di mercato nelle città, operando interventi destinati alla crescita imprenditoriale degli esercizi commerciali specializzati e delle imprese in prossimità». Chi sale e chi scende In positivo la stima di esercizi come supermercati e medie superfici (+1,9%) e discount alimentari (+ 11,1%), dati che segnalano un fenomeno di polarizzazione verso convenienza e prossimità organizzata. In aumento anche farmacie e parafarmacie (+5,2%), una crescita legata all'ampliamento dei servizi sanitari e alla cura della persona. Segno negativo per tutte le categorie, in particolare abbigliamento e calzature, in progressiva scomparsa di edicole e librerie indipendenti, il tutto a causa dello spostamento degli

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

acquisti verso grandi superfici e canali online (e-commerce).

L'occupazione tiene Tuttavia, nonostante la chiusura del 13% dei punti vendita il tasso di occupazione non ha subito un calo drastico (si stima una percentuale in negativo del solo 1,6%) in quanto gli addetti si sono ridistribuiti nelle medie superfici e nelle catene nazionali.

«Come associazione siamo impegnati nella battaglia contro il dumping contrattuale - afferma Zocca - per salvaguardare la legalità e garantire lavoro di qualità in un contesto di pluralismo distributivo, cifra distintiva della nostra politica associativa. Cerchiamo, inoltre, di contrastare attivamente fenomeni di abusivismo e contraffazione creando un mercato in cui tutti rispettano le stesse regole, in modo tale da difendere chi investe e chi lavora».

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

# Prezzi, secondo mese di frenata: a luglio inflazione annua al 2,8%

*Istat. Il rallentamento grazie agli alimentari e agli energetici non regolamentati. Nei servizi sale il costo dei biglietti aerei. Consumatori: dal conto manca ancora il caro carburanti di fine mese*

Mariolina Sesto


Primo Piano
Congiuntura
18915
Prezzi, secondo mese di frenata: a luglio inflazione annua al 2,8%
Commercio, si aprono sempre meno negozi: -45% rispetto al 2014
Indice dei prezzi nell'Eurozona a +2,9% A pesare l'aumento del costo dell'energia

ROMA L'inflazione sembra decelerare. A luglio, secondo le stime preliminari dell'Istat, l'indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività (Nic), al lordo dei tabacchi, registra una variazione pari a +0,2% su base mensile e a +2,8% su base annua (da +3,0% del mese precedente). Sebbene contenuto, si tratta del secondo calo consecutivo su base annua: a giugno infatti il dato definitivo, +3 %, era in frenata rispetto al +3,2% registrato a maggio.

Il calo dell'inflazione, spiega l'Istituto di statistica, riflette la dinamica dei prezzi degli Alimentari non lavorati (da +4,4% a +3,8%) e degli Energetici non regolamentati (da +13,3% a +10,6%) che tra l'altro comprendono i carburanti e l'energia elettrica sul mercato libero.

A luglio i prezzi del cosiddetto carrello della spesa - che comprende i prezzi dei Beni alimentari, per la cura della casa e della persona - sono stabili su base annua (a +1,3%), mentre quelli dei prodotti ad alta frequenza d'acquisto si riducono (da +3,9% a +3,6%). L'inflazione di fondo, al netto degli energetici e degli alimentari freschi, resta stabile a +1,6%, mentre quella al netto dei soli beni energetici rallenta da +1,9% a +1,8 per cento.

Il settore alimentare registra una complessiva lieve decelerazione dei prezzi su base annua (da +1,6% a +1,5%; nullo il congiunturale), che riflette, da un lato, l'accelerazione dei prezzi degli Alimentari lavorati, la cui variazione tendenziale si riporta su valori positivi (da -0,2% a +0,2%; +0,7% su giugno), dall'altro, il rallentamento di quelli degli Alimentari non lavorati (da +4,4% a +3,8%; -1,1% su giugno), con particolare riferimento ai prezzi di Frutta e frutta a guscio (da +1,4% a -0,7%; -4,8% su giugno) e di Ortaggi, tuberi, banane plantano, banane da cucina e legumi (da +3,6% a +3,2%; -0,9% su giugno).

Anche nel comparto energetico, i prezzi evidenziano nel complesso un rallentamento (da +13 % a +10,8%; +0,2% su giugno), sintesi di andamenti contrapposti delle due componenti dell'aggregato. In dettaglio, il tasso di variazione tendenziale dei prezzi degli Energetici regolamentati sale a +14,9% (da +9,2%; +6,6% su giugno), per effetto dell'andamento dei prezzi del Gas di città e gas naturale mercato tutelato, (da +11,2% a +22,1%; +8,8% su giugno) e di quelli dell'Elettricità mercato tutelato (da +7,1% a +9,7%; +4,5% su giugno). D'altro canto, i prezzi degli Energetici non regolamentati evidenziano una decelerazione (da +13,3% a +10,6%; -0,3% su giugno), frenati da quelli del Gasolio per riscaldamento (da +26,6% a +18,1%; -3,7% su giugno), dell'Elettricità mercato libero (da +14,0% a +10,4%; +0,8% su giugno) e del

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Gas di città e gas naturale mercato libero (da +9,9% a +7,4%; -1,1% su giugno). Rallenta anche la dinamica tendenziale dei prezzi dei carburanti, in sensibile calo nella prima parte del mese e in rapido rialzo nella seconda. In particolare, si attenua la crescita dei prezzi del Gasolio per mezzi di trasporto (da +21,6% a +18,8%; +0,7% su giugno), della Benzina (da +10,3% a +8 %; -0,8% su giugno) e di Altri carburanti per mezzi personali di trasporto (da +8,4% a +5,9%; -3 % su giugno). Nel comparto dei servizi, a rallentare sono i prezzi dei Servizi vari (da +2,5% a +1,8%; nullo il congiunturale), soprattutto per effetto della dinamica di quelli degli Oneri espliciti imposti dagli istituti di deposito (da +4,8% a +0,8%; nullo il congiunturale). In accelerazione, invece, i prezzi dei Servizi relativi ai trasporti (da +1,1% a +1,6%; +1,4% su giugno), trainati dalla risalita dei prezzi del Trasporto aereo di passeggeri (da -10,3% a -5,6%; +10,1% su giugno). Ma il timore è che il dato preliminare possa essere corretto al rialzo quando l'Istat fornirà il dato definitivo del mese di luglio: «Si sottovaluta il rialzo dei carburanti - dice il presidente dell'Unione nazionale consumatori, Massimiliano Dona - considerando che l'escalation dei prezzi c'è stata a fine luglio e le rilevazioni si interrompono il 21 del mese». © RIPRODUZIONE RISERVATA.

La Stampa

Economia, consumi e società

Rallenta la corsa dei prezzi su base annua, stabile il carrello della spesa. Incognita carburanti

## L'Istat: a luglio l'inflazione cala al 2,8% Scettici i consumatori: "Illusione ottica"

Luca Monticelli


Rallenta la corsa dei prezzi su base annua, stabile il carrello della spesa. Incognita carburanti

L'Istat: a luglio l'inflazione cala al 2,8% Scettici i consumatori: "Illusione ottica"

L'ANDAMENTO

2,7%

Fs, semestre in rosso ma i ricavi salgono Nella nuova squadra Esposito e Inchingolo

luca monticelli roma L'inflazione rallenta, ma la partita sul caro prezzi resta carica di incognite. Le stime preliminari diffuse dall'Istat indicano che a luglio l'indice dei prezzi al consumo è sceso al 2,8% su base annua dal 3% di giugno. Un dato che, a prima vista, sembra confermare un allentamento delle pressioni inflazionistiche.

A guardare più da vicino, però, emergono elementi che invitano alla cautela.

La frenata è stata determinata soprattutto dalla flessione degli alimentari freschi, passati dal +4,4% al +3,8%, e degli energetici non regolamentati, scesi dal +13,3% al +10,6%, categoria nella quale rientrano anche i carburanti e l'elettricità del mercato libero. In controtendenza, invece, gli energetici regolamentati (luce e gas del mercato tutelato) che accelerano dal +9,2% al +14,9%.

Accelerano anche i servizi legati ai trasporti.

La crescita mensile dei prezzi è dello 0,2%, mentre il carrello della spesa (beni alimentari, per la cura della casa e della persona) si mantiene stabile su base annua a +1,3%. Il dato che rischia di passare in secondo piano è però quello sull'inflazione acquisita per il 2026. Secondo l'Istat, è al 2,7%, ossia il livello medio che si registrerebbe a fine anno qualora i prezzi rimanessero fermi fino a dicembre. Un indicatore che suggerisce come le spinte inflazionistiche possano alimentare nuove tensioni nei prossimi mesi.

È su questo punto che si innestano le critiche delle associazioni dei consumatori. Per l'Unc il calo dell'inflazione annuale rappresenta «un'illusione ottica». L'associazione sostiene infatti che i dati diffusi dall'Istat non colgano pienamente l'incremento dei prezzi dei carburanti registrato nella seconda metà del mese. Dello stesso tenore la lettura del Codacons, che stima una maggiore spesa annua di 926 euro per una famiglia tipo e di 1.279 euro per un nucleo con due figli.

Il capitolo più delicato è quello energetico. Per il Codacons la «vera stangata» continua a essere rappresentata da luce e gas. Pesano soprattutto gli aumenti delle forniture in un'estate caratterizzata da temperature eccezionalmente elevate e dal conseguente maggiore utilizzo di condizionatori. Una versione respinta da Elettricità Futura, l'associazione che rappresenta le imprese del settore elettrico. Secondo l'organizzazione di Confindustria, la crisi internazionale e le tensioni legate allo stretto di Hormuz non stanno incidendo in modo significativo sulle bollette della maggioranza delle famiglie italiane. La ragione è semplice: gran parte degli utenti ha scelto contratti a prezzo fisso e non è quindi esposta alle oscillazioni di breve periodo dei mercati energetici. Per chi ha invece un'offerta a prezzo variabile, Elettricità Futura valuta un impatto limitato di circa 20 centesimi al giorno, pari a 6-7 euro al mese.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Stampa

Economia, consumi e società

Continuano i rialzi dovuti ai carburanti. Il taglio delle accise sul gasolio deciso dal Consiglio dei ministri all'inizio della settimana, pari a 17 centesimi al litro, fatica a tradursi integralmente in un beneficio per gli automobilisti. I numeri del Mimit mostrano una risalita di benzina e diesel. Il gasolio ieri è arrivato a 2,080 euro al litro sulla rete nazionale, con un incremento di 1,4 centesimi. La benzina è passata invece da 1,989 a 1,995 euro, in aumento di 0,6 centesimi. Anche sulla rete autostradale la tendenza è la stessa: benzina a 2,081 euro e gasolio a 2,175 euro. I consumatori calcolano un beneficio di 10,5 centesimi rispetto ai 17 centesimi teorici previsti dal governo. In questo scenario il rallentamento dell'inflazione rappresenta un segnale incoraggiante, ma non ancora sufficiente. Tra energia, carburanti e incertezze geopolitiche, la sensazione è che il test decisivo arriverà nei prossimi mesi, quando si capirà se il calo di luglio è l'inizio di una discesa oppure soltanto un effetto temporaneo. - © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Economia, consumi e società

Rischio desertificazione. Tra giugno 2025 e maggio 2026 le imprese attive nel commercio sono calate di 30mila unità arrivando a 702mila

## Commercio, si aprono sempre meno negozi: -45% rispetto al 2014

*Nel 2026 ancora saldo negativo: 1,8 chiusure per ogni apertura*

Riccardo Ferrazza


Commercio, si aprono sempre meno negozi: -45% rispetto al 2014

ROMA T ra gli effetti collaterali della crisi de mografica dell'Italia ce ne è uno che si può notare girando per i piccoli comuni della Penisola: l'avanzata della desertificazione commerciale. Tra i centri sotto i 5mila abitanti in un caso su cinque è impossibile trovare un negozio di alimentari, in due su cinque impossibile imbattersi in una tabaccheria. È uno degli aspetti che emerge dall'analisi dell'Osservatorio Confesercenti che per il 2026 stima un ulteriore arretramento: a fine anno, stima l'associazione, si iscriveranno ai registri camerali 23.934 nuove attività del dettaglio, quasi la metà rispetto alle 43.324 del 2014 (-44,8%) e il 5,7% in meno sul 2025.

A fronte delle nuove aperture, si stimano 42.849 cessazioni non d'ufficio. Il saldo fra iscrizioni e chiusure resta negativo per 18.915 imprese, in peggioramento rispetto alle 17.874 del 2025.

Nel dettaglio si contano quasi 1,8 chiusure per ogni apertura. Di conseguenza lo stock si assottiglia: le imprese attive del commercio al dettaglio erano 733.703 a giugno 2025, a maggio 2026 sono scese a 702.938: oltre 30mila in meno in undici mesi.

«Il commercio - commenta Nico Gronchi, presidente nazionale di Confesercenti - è stato a lungo la porta d'ingresso nell'imprenditoria: l'attività con cui intere generazioni hanno cominciato a mettersi in proprio, costruendo un pezzo del benessere del Paese. Oggi quella porta si sta chiudendo: avviare un'impresa è sempre più difficile, e senza nuovi ingressi il tessuto commerciale non si rinnova e si assottiglia. E i territori si impoveriscono: meno servizi commerciali, meno lavoro, meno ricchezza generata e quindi anche meno risorse fiscali per le amministrazioni locali».

La frenata delle aperture riguarda quasi tutto il Paese perché le nuove iscrizioni sono previste in calo in sedici regioni su venti. Le flessioni più marcate si registrerebbero in Liguria (-8,3%) e Calabria (-8,1%) ma a pesare di più sul saldo nazionale sono le grandi regioni: la Lombardia, primo mercato del Paese, perderebbe 269 nuove imprese (-7%), il Lazio 155 (-7,1%), la Puglia 142 (-6,2%), la Sicilia 151. Insieme, le prime quattro regioni per iscrizioni - Campania, Lombardia, Puglia e Lazio - concentrano da sole quasi la metà delle aperture italiane, e arretrano tutte. Le chiusure, invece, si muovono poco: -0,9% su base nazionale. Ma nelle regioni più piccole il rapporto fra cessazioni e nuove aperture tocca i valori più alti: 2,7 chiusure per ogni apertura in Valle d'Aosta, 2,5 in Molise, 2,2 in Liguria. Quanto ai settori, il calo si concentra nel commercio al dettaglio non specializzato che passa da 7.197 a 4.523 nuove iscrizioni (-37,2%): 2.674 in meno, quasi il doppio della flessione nazionale complessiva, che si ferma a 1.442. Arretra anche il dettaglio di autoveicoli, motocicli e relative parti (-9,8%,

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

291 iscrizioni in meno), mentre alimentari, bevande e tabacchi restano sostanzialmente fermi (-1,4%). I dati sugli addetti fanno capire che quello in corso da tempo è un consolidamento del settore: tra il 2019 e il 2025 i dipendenti sono cresciuti del 12,1%, mentre gli indipendenti (imprenditori, collaboratori, altre partite Iva) sono 135mila in meno (-16,6%). A restringere l'accesso concorrono l'aumento dei costi - affitti e energia in primo luogo -, consumi delle famiglie al palo, il credito asfittico e la concorrenza dell'online, dove le grandi piattaforme la fanno da padrone, sostenute anche dallo squilibrio fiscale tra i due canali: una delocalizzazione delle vendite che, secondo una prima stima dell'Ufficio studi Confesercenti, sottrae ogni anno all'economia italiana circa 6 miliardi di euro. © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Milano Finanza

Economia, consumi e società

# Il Parmigiano punta ancora sugli Usa

GABRIELE LA MONICA MF-NEWSWIRES


La borsa delle vacanze

Il Parmigiano punta ancora sugli Usa

Più forte dei dazi di Donald Trump e incurante della diffusione dei vari Parmesan (che negli Stati Uniti rappresentano oltre l'84% del mercato a valore e più del 92% a volume) il Parmigiano Reggiano ha aumentato l'export verso gli Usa. Nei primi cinque mesi del 2026 le esportazioni sono cresciute del 2,5%, a circa 7.000 tonnellate, circa 340 milioni di dollari di valore al consumo, calcolato sulla base di un prezzo medio di circa 48,5 dollari al chilo. «Se confrontiamo questo dato con i 314,23 milioni di dollari registrati negli stessi cinque mesi 2025, l'incremento a valore si attesta al 7,6%», rivendica con orgoglio Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano spiegando che il risultato è il frutto di una strategia di lungo periodo. «Abbiamo investito fortemente in attività di tutela, costruito relazioni solide nel tempo e collaborato con partner che hanno creduto nel valore del nostro prodotto. Un tassello fondamentale di questa strategia è stata l'apertura, nel 2024, della Consorzio Parmigiano Reggiano US Corp a New York, che ci permette di presidiare il mercato con continuità. L'amore degli americani per il prodotto ha di fatto consentito di minimizzare l'impatto dei dazi imposti dal presidente americano. «Per diversi mesi nel 2025 - ha ricordato Bertinelli - il Parmigiano Reggiano ha scontato un livello complessivo del 25%, formato dal dazio storico del 15% più un ulteriore 10% introdotto ad aprile. Con l'ordine esecutivo firmato da Trump, il sistema è stato riportato a un 15% sostitutivo, quindi non sommato ad altri dazi sulla stessa voce. Abbiamo la fortuna di non aver subito un impatto negativo dovuto ai dazi, poiché la domanda effettiva non è diminuita. I clienti riconoscono il valore del nostro formaggio, ne apprezzano l'autenticità e la qualità e continuano a sceglierlo anche in contesti economici meno favorevoli».

Visti questi risultati, il Consorzio intende guadagnare quote di mercato: la quota del parmigiano reggiano nel mercato americano dei formaggi duri è limitata a circa l'8% a volume e al 16% a valore. «Per crescere vogliamo trasformare il Parmigiano Reggiano da semplice imported specialty product a icona premium rilevante negli Stati Uniti. La strategia prevede di lavorare su più fronti. Innanzitutto, miriamo ad aumentare la domanda e la rilevanza culturale attirando nuovi consumatori. Inoltre, vogliamo incrementare la disponibilità del Parmigiano Reggiano negli Usa migliorando l'assortimento e la visibilità nei punti vendita, oltre a sviluppare nuovi canali per creare awareness attraverso l'esperienza diretta. Infine, stiamo investendo fortemente nell'educazione del trade e dei professionisti attraverso l'Accademia Parmigiano Reggiano, il nostro progetto formativo che ha già coinvolto oltre 700 dipendenti di più di 20 grandi catene della gdo in dieci Paesi».

Una crescita che passerà anche da robusti investimenti di marketing. «A livello globale nel 2025 -

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

spiega il manager - il Consorzio ha investito circa 34,3 milioni di euro in marketing e comunicazione. Ora abbiamo deciso di incrementare il budget destinato agli Stati Uniti del 47% nel 2027».

Qualche ombra la riserva il mercato domestico.

In Italia, Parmigiano Reggiano sta affrontando una contrazione dei consumi. Nel 2025, complice l'aumento dei prezzi al consumo, ha registrato una flessione dei volumi del 10%. In Europa, i volumi destinati a Francia e Germania (secondo e terzo mercato estero) sono rimasti stabili nel 2025, mentre sono saliti il Regno Unito (+7,8%) e la Svezia (+8,8%). (riproduzione riservata).

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

La Repubblica

Economia, consumi e società

Cronaca

# Gasolio, svanisce l'effetto sconto stangata sul pieno dell'esodo

*Il risparmio alla pompa non ha mai raggiunto l'obiettivo dell'esecutivo (17 centesimi). L'inflazione però rallenta a luglio*

GIUSEPPE COLOMBO


Gasolio, svanisce l'effetto sconto stangata sul pieno dell'esodo

"Accise, taglio inutile serve un prezzo unico fissato dallo Stato"

La curva dei prezzi ha cambiato direzione. Doveva scendere. E invece sale. Dal benzinaio scattano nuovi rincari. Come un effetto domino: la guerra in Iran si riaccende, il prezzo del petrolio e dei prodotti raffinati sale, quello dei carburanti aumenta. Ecco il conto aggiornato per chi si muove in città e lungo le strade statali: ieri per un litro di diesel ha dovuto pagare in media 2,080 euro. Poco meno - 1,995 - per la stessa quantità di benzina. In un giorno, la verde è aumentata di 0,6 centesimi mentre il balzo del gasolio è stato di 1,4 centesimi. Va peggio in autostrada: il diesel ha toccato quota 2,175 euro, mentre la verde è arrivata a 2,081.

Anche in questo caso i prezzi sono cresciuti in 24 ore.

I numeri del ministero delle Imprese non sono inediti. Ma si rivelano preoccupanti perché i prezzi stanno aumentando nonostante il taglio delle accise reintrodotto dal governo. Gli sconti dovevano rappresentare un argine. E invece si stanno rivelando fragili. Bruciati dalle tensioni nello Stretto di Hormuz. A quattro giorni dall'entrata in vigore e a sei dalla scadenza, l'effetto dell'intervento sul diesel si va sempre di più assottigliando. Non è mai arrivato a 17 centesimi al litro, come stabilito dal decreto approvato dal Consiglio dei ministri.

Al massimo si è spinto fino a 11,9 centesimi. Ieri ha ripiegato a 10,5.

L'impatto ridotto allontana l'obiettivo che il governo si era dato all'inizio della settimana. La decisione di riattivare il taglio delle accise e dell'Iva adottato a metà marzo e poi prorogato fino al 3 luglio nasceva dall'esigenza di riportare il prezzo del diesel sotto la soglia psicologica dei 2 euro. La progressione dell'effetto della misura mostra come l'intento non è riuscito: dai 2,185 euro di lunedì, quando lo sconto ancora non c'era, si è passati martedì a 2,180. Poi un calo più accentuato: il giorno dopo, infatti, il costo medio è stato pari a 2,074.

Ancora giù giovedì, quando è sceso a 2,066. Ma ieri è stato il giorno della risalita, a 2,080. Un livello che allarma l'esecutivo dato che si avvicina ai 2,1 euro al litro.

Non va meglio per la benzina.

L'esecutivo ha deciso di non intervenire con un taglio fiscale. E questo perché lunedì, quando il Cdm si è riunito per approvare i nuovi aiuti, il prezzo medio della verde era di 1,982. Sotto la soglia sensibile dei 2 euro. Si pensava di tenere la curva sotto controllo. E invece così non è stato. La benzina, infatti, sta aumentando: dai 1,982 di inizio settimana è arrivata ieri a 1,995. A un passo, quindi, dai 2 euro. Ora il timore è che nei prossimi giorni, forse già oggi, il costo possa scavallare questa

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023

soglia.

L'escalation dei prezzi chiama un nuovo intervento. Gli sconti scadono giovedì prossimo. Due giorni prima il governo deciderà cosa fare. Potrà contare sull'extragettito Iva di luglio: le maggiori entrate dalle tasse applicate sulla vendita dei carburanti fanno ben sperare sul fronte della ricerca delle coperture, ma l'esecutivo è chiamato a sciogliere un nodo preliminare: fino a che punto prorogare un taglio delle accise che con questo livello di prezzi ha l'effetto di un pannicello caldo? Certo, senza sconti sarebbe peggio. Ma va messo anche in conto il contraccolpo di una strategia che si sta rivelando insoddisfacente. In mezzo a tanta incertezza spunta una nota positiva: l'inflazione rallenta. A luglio, secondo le stime preliminari dell'Istat, cala al 2,8% (dal 3% di giugno). L'aumento dei prezzi dei beni energetici non regolamentati, che comprendono anche i carburanti, si è fatto più contenuto. L'Unione nazionale consumatori attacca: «L'escalation al distributore c'è stata a fine luglio, le rilevazioni si interrompono il 21 del mese». ©RIPRODUZIONE RISERVATA.

Il Sole 24 Ore

Innovazione e mondo digitale

# Anthropic, nuovo caso di hacker dall'AI

*Dopo l'incidente di OpenAI un'altra intelligenza artificiale sfugge ai controlli*

Biagio Simonetta


Finanza & Mercati

0,2 milioni

Tesla allo scorporo della Cina, l'opzione che guarda a SpaceX

Anthropic, nuovo caso di hacker dall'AI

Un déjà vu. Solo che stavolta il protagonista è Claude, chatbot di Anthropic e outsider per eccellenza di ChatGPT. Per tre volte, tra aprile e le settimane successive, l'intelligenza artificiale dell'azienda californiana ha violato i sistemi informatici di organizzazioni reali convinta di partecipare a un'esercitazione. Nessuno se n'è accorto. Né le vittime, che non hanno rilevato le intrusioni. Ma neanche Anthropic stessa, che ha scoperto tutto solo settimane dopo, riesaminando i propri archivi. È la stessa azienda guidata dai fratelli Amodei a renderlo noto.

Ed è singolare che la revisione interna sia partita dopo che OpenAI, poco più di una settimana prima, aveva rivelato un incidente analogo. Il problema, in entrambi i casi, era lo stesso: ambienti di test che avrebbero dovuto essere sigillati e che invece comunicavano con l'esterno.

Per capire cosa è successo bisogna partire dalla natura di questi test. Si chiamano capture-the-flag e sono una pratica standard della cybersicurezza. In sostanza si chiede a un sistema, umano o artificiale, di trovare informazioni nascoste violando altri sistemi, dentro un perimetro controllato. Anthropic li usa regolarmente per misurare le capacità offensive dei suoi modelli prima del rilascio. E anche gli altri player dell'AI lo fanno.

Nel caso specifico, gli ambienti erano stati costruiti da Irregular, società specializzata in sicurezza dell'AI, e a Claude veniva detto esplicitamente che si trattava di una simulazione, senza accesso a internet. Ma qualcosa è andato storto.

Anthropic ha riesaminato 141.006 test e ha trovato tre casi in cui Claude, uscito dal recinto, ha compromesso infrastrutture di organizzazioni esterne, mai nominate nel post. Le tecniche erano elementari, come lo sfruttamento di password deboli. I modelli coinvolti sono tre, tutti privi delle protezioni presenti nelle versioni pubbliche: Opus 4.7, un modello interno di ricerca e Mythos 5, cioè proprio il sistema che quattro mesi fa Anthropic aveva definito così potente da doverne limitare severamente la distribuzione.

C'è da aggiungere anche che modello più vecchio ha continuato l'attacco anche dopo essersi "accorto" di trovarsi sulla rete aperta. Quello più recente, invece, si è fermato da solo quando ha capito di essere su internet. Segno che il modello più performante ha dato prova di esserlo anche in fatto di comprensione dell'errore. Ad ogni modo, rimane il punto. Perché l'AI che autonomamente compie attacchi cyber, rimane una notizia da non sottovalutare.

Riproduzione autorizzata licenza Ars Promopress: 2013-2023