

LO SCENARIO

Secondo NielsenIQ gli italiani frequentano sempre più punti vendita diversi come strategia di convenienza e per evitare sprechi. Il mercato tiene a valore (+2,6%), ma prodotti come caffè e cioccolato sono sempre più cari

Alla cinese Weichai il controllo di Ferretti

Si chiude, dopo 12 anni, l'era Galassi per il gruppo dei cantieri nautici Ferretti. All'assemblea degli azionisti il socio cinese Weichai ha vinto su Kkcg Maritime, lasciando al gruppo ceco un solo posto in consiglio di amministrazione. Tan Ning sarà il nuovo presidente e Stassi Anastassov il nuovo amministratore delegato. Il manager emiliano, entrato in conflitto con l'azionista di maggioranza, esce di scena e resta fuori dalla "stanza dei bottoni" anche Karel Komarek, il miliardario ceco che si è lanciato nella sfida prima con un'Opa e poi tentando il tutto per tutto in assemblea. A rappresentarlo (per soddisfare il criterio del "gender balance") ci sarà la Cfo del gruppo, Katarina Kohlmayer.

Aumentano a 257 (+11) i Comuni italiani Bandiere Blu

In Italia aumenta il numero dei Comuni Bandiere Blu, quelli sui mari e sui laghi con l'acqua più pulita e i servizi migliori. Quest'anno sono 257, 11 in più rispetto ai 246 del 2025. L'aumento è soprattutto al Sud, con 4 nuovi ingressi in Calabria, 2 in Puglia, 2 in Sicilia e 1 in Sardegna. Fra le new entry, ci sono Rimini, Locri, Limone sul Garda e Monte Argentario. La Regione col numero maggiore di Bandiere si conferma la Liguria, con 35. Ma dietro di lei ci sono Calabria e Puglia con 27 a testa, e Campania con 20. Le Bandiere Blu 2026 sono state annunciate a Roma ieri dalla Foundation for Environmental Education (Fee), la ong internazionale con sede a Copenhagen che assegna tutti gli anni il riconoscimento. Alla cerimonia erano presenti i sindaci di buona parte dei 257 Comuni che possono esporre la Bandiera, e il ministro del Turismo, Gianmarco Mazzi.

Uno slalom tra supermercati: i consumi si fanno "nomadi"

PAOLO M. ALFIERI
Inviato a Santa Margherita di Pula (CA)

C'è un'infedeltà crescente che si fa largo nei consumi e nelle abitudini d'acquisto degli italiani. Una famiglia media frequenta abitualmente 6,3 punti vendita nel corso di un anno: il consumatore non ha più un supermercato di riferimento, lo mette in competizione con gli altri, lo valuta ogni volta, e spesso cambia. È un fenomeno che non si spiega solo con la pressione sui prezzi: dietro c'è una trasformazione più profonda nei comportamenti sociali, accelerata da un contesto di incertezza energetica che erode il potere d'acquisto delle famiglie. Bollette più alte significano meno margine per la spesa alimentare, e meno margine impone scelte più oculate e meno abitudinarie. L'infedeltà, in questo senso, è diventata una strategia di sopravvivenza economica. Una mobilità che sta ridisegnando le regole del gioco per rivenditori e industria. È il quadro che emerge dai dati presentati ieri da NielsenIQ a Linkontro, l'appuntamento annuale del mondo della grande distribuzione al Forte Village di Santa Margherita di Pula, in Sardegna, con quasi 700 manager e 245 aziende. I numeri fotografano i primi quattro mesi del 2026: le vendite complessive crescono del +2,6% a valore, con i prodotti di largo consumo confezionato a +1,9%. Il dato più vivace è quello dell'e-commerce, che accelera a +13,6% e si ritaglia quote di mercato sempre più significative: vale già il 19,4% delle vendite nei prodotti per animali domestici e il 16,3% nel beauty. Più in affanno l'elettronica e i beni durevoli, che registrano un -1,2%. Il confronto europeo aiuta a inquadrare il contesto: nell'Europa occidentale i prezzi dei beni di consumo sono cresciuti in media del +2,5% nel 2025, con i volumi quasi fermi. L'Italia si muove su ritmi di inflazione più contenuti, ma sconta una sensibilità al prezzo tra le più alte del continente: quando i listini salgono, gli italiani comprano meno, e lo fan-

no più in fretta di qualsiasi altro consumatore europeo. «Il 2026 si apre all'insegna di una stabilità solo apparente - spiega dice Enzo Frasio, amministratore delegato di NielsenIQ Italia -. Ciononostante, ci sono opportunità di crescita. I cittadini hanno imparato a cambiare e adattano i loro consumi. E c'è già chi sta intercettando queste tendenze traendone un vantaggio: sono coloro, tra industria e grande distribuzione, che collaborano maggiormente». La frequenza d'acquisto degli italiani è cresciuta del +7,6% in un anno, mentre la spesa media a valore per famiglia sa-

del +2,6%. Si entra nel punto vendita più spesso, si compra meno per volta, si evitano le scorte (e gli sprechi). Il carrello mensile si dissolve in tanti carrelli più piccoli. Tra le famiglie giovani con figli under 24, il fenomeno è ancora più marcato: la frequenza schizza a +12,8%. Sul fronte prezzi, l'inflazione appare per ora sotto controllo. «Ad aprile è ancora stabile, entro limiti fisiologici - spiega Romolo De Camillis, Retailer Director di NielsenIQ -. L'Italia è un paese in cui mediamente c'è un'inflazione più contenuta rispetto ad altri mercati europei». Ma le asimmetrie tra categorie so-

no notevoli. Le tavolette di cioccolato segnano ad aprile +13% rispetto allo stesso mese del 2025, il caffè +10,7%, la pasta fresca ripiena +10,2%, le uova +8,9%, l'ortofrutta +5,5%. Dall'altra parte, l'olio extravergine cede del -7,4%, il burro -4,8%, i rotoli di carta -3,5%. Un quadro a geometria variabile, in cui il risparmio su una voce non compensa l'aumento su un'altra. E con i costi energetici tornati a premere, la prudenza è d'obbligo: un aumento del +10% delle tariffe energetiche può trasmettersi a scaffale, con 3-6 mesi di ritardo, in un rincaro tra +0,8% e +1,5%.



Il carrello cambia anche nella sua composizione. Protagonista è il fresco, che cresce del +4,0% e trascina frutta e verdura (+5,5%), macelleria e polleria (+6,8%), prodotti freschi confezionati (+3,7%). Rallentano i salumi (-2,6%) e gli alimentari confezionati (+1,3%). Le categorie di nicchia diventano protagoniste: il 70% della crescita dei volumi è spiegata da sole 20 categorie, con il kefir in testa a +50%, seguito da frutta esotica +31%, semi +29%, yogurt proteici +26%, specialità etniche +22%.

I supermercati si confermano il formato con il miglior rendimento strutturale: +1,7% a volume e +0,8% a valore. Gli ipermercati di medie dimensioni (2.500-4.499 mq) crescono a ritmo sostenuto, +6,5% a valore e +6,3% a volume. I formati più grandi e i piccoli supermercati soffrono invece di un ridimensionamento che penalizza i numeri complessivi. I discount crescono. «Non è il canale a determinare la performance - chiude De Camillis - ma la strategia dell'insegna: assortimenti leggibili, pricing coerente, promozioni mirate. Nel breve periodo, inoltre, la crescita dei brand industriali si riallinea a quella della marca del distributore». Un equilibrio fragile, in un mercato in cui il consumatore ha già deciso: guarderà ogni prezzo, frequenterà ogni insegna, e non si fermerà da nessuna parte più del necessario.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Notizie in breve

FINANZA

Piazza Affari vicina al record di marzo 2000

La Borsa di Milano (+1,15%) ha chiuso tonica e oltre i 50.109 punti (a 50.050), avvicinandosi al record dei 50.109 punti di marzo del 2000. Piazza Affari dall'inizio dell'anno registra una crescita dell'11%, e segna la miglior performance tra le principali piazze finanziarie del Vecchio continente.

ENERGIA

Il fatturato A2a a 4,5 miliardi Cresce il green

A2a fa il pieno di ricavi nel primo trimestre superando i 4,5 miliardi e accelera sulla transizione ecologica. Quest'ultima, secondo l'amministratore delegato Renato Mazzoncini, è una «leva fondamentale per l'indipendenza energetica nazionale e per la stabilizzazione dei prezzi per famiglie e imprese».

RISTORAZIONE

Sempre più pasti nei centri commerciali

La ristorazione nei centri commerciali è un settore che vale 5,7 miliardi, arrivando a rappresentare circa il 14% del fatturato complessivo, con picchi superiori nei centri di grandi dimensioni e nel Nord Italia. Il dato emerge dal nuovo Osservatorio sulla Ristorazione nei Centri Commerciali, realizzato da Deloitte per Aigrifipe (Associazione in seno a Fipe-Confindustria che raccoglie le principali insegne della ristorazione in catena) e Cncc (Consiglio nazionale dei centri commerciali).

IMPRESE

Multiply Group: risultato netto su del 91,5%

Multiply Group (la holding ex MutuiOnline) ha chiuso il primo trimestre con risultati in forte crescita: ricavi + 37,5%, a 182,7 milioni, Ebitda +45,2%, a 51,3 milioni di euro, risultato netto a 22,9 milioni (+91,5%).

SOSTENIBILITÀ

A San Patrignano il Forum con Confindustria

Oltre 700 persone hanno seguito i lavori dell'ottava edizione del Sustainable Economy Forum organizzato da San Patrignano e Confindustria all'interno della comunità di recupero riminese.

AMBIENTE

All'economia circolare serve un rilancio

L'Italia resta campione europeo del riciclo, ma dipende dall'import e gli investimenti sono in calo

Edo Ronchi (Fond. per lo sviluppo sostenibile): «Ridurre il consumo di materie prime attraverso il riciclo è una necessità anche geopolitica»

GIANCARLO SALEMI
Roma

No, l'economia circolare non è finita in soffitta. Al contrario può diventare l'unica difesa contro le crisi geopolitiche che stanno gonfiando le bollette delle nostre imprese. Già perché l'Italia si conferma leader del comparto in Europa: ricicliamo l'85,6% dei rifiuti totali, una cifra che doppia la media europea (ferma al 41%) e mette in riga colossi come Germania e Francia. Siamo i primi tra le grandi economie per "produttività delle risorse", capaci di generare 4,7 euro di Pil per ogni chilo di materiale usato. Senza dimenticare che oltre un quinto dei materiali che usiamo nelle nostre fabbriche proviene dal recupero, il 21,6%, contro una media europea del 12,2%. Sono alcuni dati del nuovo Rapporto sull'Economia Circolare presentato durante la Conferenza Nazionale promossa dal Circular Economy Network in collaborazione con la Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile ed Enea. Tutto bene, quindi? Non esattamente perché la "nostra" economia circolare deve fare i conti con la dipendenza di materie prime dall'estero, resa ancora più evi-

dente dalla chiusura dello stretto di Hormuz, le tensioni con la Russia e l'aumento dei dazi americani. L'Italia, pur essendo bravissima a riciclare, resta il Paese più dipendente dalle importazioni di materiali: il 46,6% di ciò che trasformiamo arriva da fuori (la media Ue è del 22,4%). Nel 2025, questa dipendenza ci è costata circa 600 miliardi di euro, con un aumento del 23% in pochi anni, con il costo dei metalli - nichel, rame, acciaio - cresciuto del 18%, in pratica il 40% del valore totale del nostro import. Allora recuperare metalli, fosforo e terre rare dai nostri scarti non è un pallino ambientalista, ma la strada che si dovrebbe perseguire. Edo Ronchi, presidente della Fondazione per lo sviluppo sostenibile, ha sottolineato che «la circolarità è ormai un contenuto essenziale di una politica industriale all'altezza dei tempi. Ridurre il consumo di materie prime attraverso il riciclo e il riutilizzo è una necessità imposta non solo dalla crisi climatica, ma dal contesto geopolitico». Il Rapporto lancia però un allarme: proprio ora che dovremmo accelerare, gli investimenti privati sono calati, passando dai 13 miliardi del 2019 ai 10 attuali, così come

si è registrata una flessione del 7% nell'occupazione. Sta mancando quel «cambio di paradigma improntato sullo sfruttamento delle nostre "miniere" urbane e sull'uso efficiente delle risorse lungo la catena di valore, a partire dalle fasi di progettazione e produzione» ha ricordato Claudia Brunori, direttrice del dipartimento Enea di sostenibilità. Anche per questo sono state presentate dieci proposte in previsione di un nuovo Circular Economy Act, chiedendo di creare un vero mercato unico delle materie prime seconde, incentivi fiscali come l'Iva ridotta per i servizi di riparazione e il rafforzamento del "passaporto digitale" dei prodotti. Intanto i dati sul Pnr non sono per niente incoraggianti: a ottobre 2025, la spesa effettiva per i progetti di gestione rifiuti e filiere del riciclo era ferma a circa il 17%. «Ci serve un quadro regolatorio chiaro e un altrettanto chiara capacità di attuazione, che permettano di mantenere la nostra leadership tecnica e trasformarla in una politica industriale» ha chiosato Lara Ponti, vice presidente di Confindustria per la Transizione Ambientale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sportello amico

Il programma GOL ha cambiato le politiche attive del lavoro ma servono percorsi personalizzati e imprese più coinvolte

Il Programma GOL "Garanzia Occupabilità dei Lavoratori" ha rappresentato una importante riforma strutturale voluta dal Piano Nazionale di Ripresa Resilienza (PNRR) che ha riformato e implementato le politiche attive del lavoro in Italia, sviluppando i relativi servizi in modo omogeneo in tutto il Paese. Prima, infatti, coesistevano situazioni diversificate: da casi di eccellenza con Regioni dove le

programmazioni erano continuative e garantivano nel tempo l'erogazione di servizi di qualità, a territori dove si procedeva in modo discontinuo, con bandi occasionali e attività sporadiche, scarsamente efficaci. Al 31 marzo di quest'anno si sono registrate oltre 4,5 milioni (4.744.763) di persone che hanno beneficiato di almeno una misura di politica attiva del Programma GOL e 1,7 milioni (1.731.000) hanno firmato un contratto di

lavoro, dei quali il 48% a tempo indeterminato. Inoltre, sono 927.268 le persone formate, superando così il target indicato in 800mila. Grazie allo sforzo di alcune Regioni, che hanno superato i target previsti sia nella presa in carico che nella formazione, ma con il contributo di tutte e con l'apporto decisivo degli enti accreditati per i servizi per il lavoro e per la formazione professionale, come ENAIP, questa riforma ha rappresentato

un'esperienza positiva e costituisce una base interessante per il futuro. Si è potuto assistere, ad esempio, ad una seconda e diffusa stagione di alfabetizzazione e formazione digitale che ha riguardato alcune centinaia di migliaia di cittadini. In molti contesti, da nord a sud, il Programma ha finanziato percorsi formativi di upskilling e reskilling che hanno consentito di sviluppare competenze professionali richieste dal

mercato del lavoro. Non da ultimo, si sono generati dei risparmi che auspichiamo possano essere utilizzati anche dopo la fine del PNRR. Il Programma GOL non è stato esente da limiti. Da una parte, ad esempio, lo riscontriamo nei metodi di profilazione, eccessivamente standardizzati in quanto basati su algoritmi anziché su percorsi personalizzati; dall'altra, nello scarso coinvolgimento delle aziende sia nella definizione dei percorsi formativi che nella loro stessa realizzazione. Paradossalmente proprio un programma destinato al reinserimento nel mercato

del lavoro prevedeva un basso tasso di "dualità", ossia di esperienza formativa in contesto aziendale, coprogettata, accompagnata e garantita dall'ente di formazione accreditato. Riteniamo che vadano individuate almeno in queste due direzioni le linee correttive per il futuro, auspicando però con forza che la riforma realizzata attraverso il PNRR possa garantire d'ora in avanti la certezza e la continuità dei servizi per il lavoro rivolti alle cittadine e ai cittadini italiani. Non possiamo, non dobbiamo tornare indietro!

© RIPRODUZIONE RISERVATA