CONFINDUSTRIA GENOVA

# Genova Impresa

1-2022

editoriale
**SONIA SANDEI**
**Messa a terra**

l'intervista
**MARIA CHIARA CARROZZA**
**Non solo ricerca**

PNRR
**#TransizioneDigitale**

BIMESTRALE DI INFORMAZIONE ECONOMICA, POLITICA E CULTURALE • I.P. • ANNO XXXIII • N. 1 • GENNAIO - FEBBRAIO 2022 • POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE -70% CB.NO/GENOVA

Ventura®

# Scorta Verde

LA MAXI RICARICA DI FRUTTA SECCA

**Busta 100%**
**Biodegradabile e compostabile**

PER TE E PER L'AMBIENTE

**Formato scorta**
per un grande risparmio

**Busta a cuscino**
minore impatto ambientale

## SOLO LA FRUTTA PIU' BUONA, PER TE E PER L' AMBIENTE

La busta completamente biodegradabile e compostabile, può essere raccolta nell'umido di casa e differenziata nell'organico.

www.madiventura.it

# ANCHE NEL 2022 RACCOGLI I TAGLIANDI

# DIAMO UNA MANO ALLA SCUOLA E ALLO SPORT

Dal 22 febbraio al 16 maggio
ogni 10€ di spesa ricevi un tagliando.

Colleziona i tagliandi
**in premio tante attrezzature**
**e materiali didattici.**

**SCARICA L'APP DALLO STORE**

Google Play App Store

Info su **www.diamounamanoallascuolaeallosport.it**
e presso i punti vendita Basko.
**L' iniziativa è valida anche per le spese effettuate su basko.it nelle zone coperte dal servizio.**

BASKO®

Ogni giorno è un buon giorno

Genova Impresa

GENOVA IMPRESA
Bimestrale
Confindustria Genova

N. 1/2022

**Editore**
AUSIND
Via San Vincenzo 2 - 16121 Genova

**Direzione e Redazione**
Via San Vincenzo 2 - 16121 Genova
tel. 010 8338 426
pponta@confindustria.ge.it
www.confindustria.ge.it

Registrazione
presso il Tribunale di Genova
N. 1-89 del 10-1-1989

**Direttore Responsabile**
Piera Ponta

**Comitato di Redazione**
Ilaria Alzona
Claudio Burlando
Guido Conforti
Leopoldo Da Passano
Matilde Orlando

**Hanno collaborato**
Luciano Caprile
Enrico Castanini
Maria Caterina Chiesa
Edoardo Durante
Roberto Ferrari
Virginia Ferrari
Giacomo Franceschini
Laura Gazzolo
Massimo Morasso
Marco Muselli
Enrico Pedemonte
Paolo Piccini
Tommaso Profeta
Sonia Sandei
Massimo Servadio
Davide Trabucco

**Progetto grafico e impaginazione**
Creattiva
Via Dante 2/87 - 16121 Genova
Tel. 010 542 998 - info@creattivagenova.it

**Stampa**
Ditta Giuseppe Lang srl
Via Romairone, 66 - 16163 Genova
Tel. 010 726 1198
ditta.lang@langgrafiche.191.it

**Concessionaria Pubblicità:**
GGallery srl
Piazza Manin, 2BR - 16122 Genova
Tel. 010 888 871
genovaimpresa@ggallery.it

Genova Impresa ospita articoli e opinioni che possono anche non coincidere con le posizioni ufficiali di Confindustria Genova.
L'editore è disponibile a riconoscere eventuali diritti su testi o immagini a chi ne rivendichi la proprietà.

# SOMMARIO

Sonia Sandei

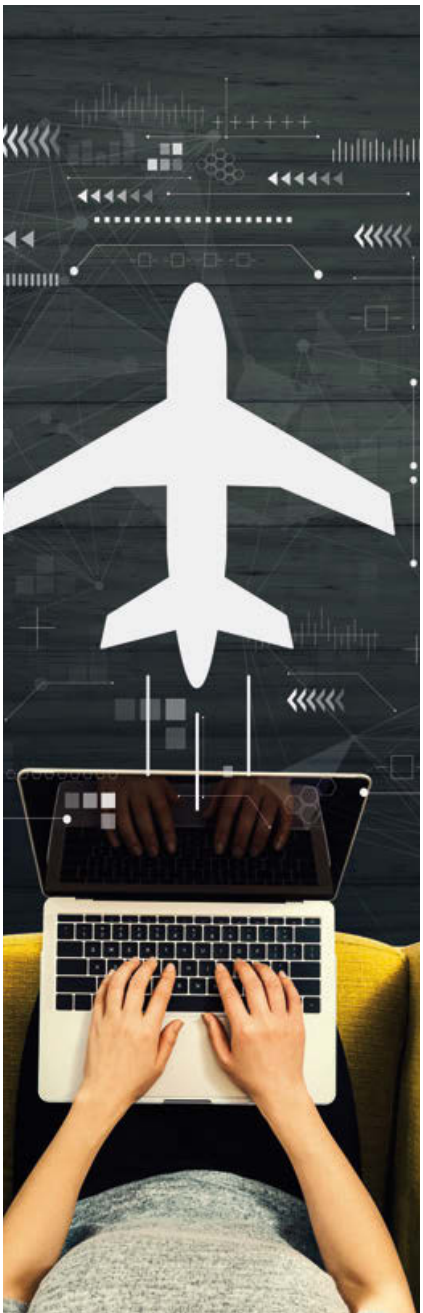
Maria Chiara Carrozza

**4** editoriale
MESSA A TERRA
di Sonia Sandei

**6** Confindustria
IMPEGNI INTERNAZIONALI
di Maria Caterina Chiesa

RIPRESA A OSTACOLI
di Giacomo Franceschini

**14** l'intervista
NON SOLO RICERCA
di Piera Ponta



# 1/2022


**19** PNRR #TransizioneDigitale
MISSIONE 1
di Tommaso Profeta

RISULTATI CONCRETI
di Paolo Piccini

L'INNOVAZIONE CHE RIGUARDA TUTTI
di Enrico Castanini

PROTAGONISTI DEL CAMBIAMENTO

VIS-À-VIS ...COL DIGITALE
di Enrico Pedemonte

È NATA CREATIVE AI
di Matilde Orlando

VISIONARI
di Edoardo Durante

PROGETTI DI RINASCITA

DIGITALE CON RISERVA

**42** competizione & sviluppo
PIÙ VICINO

BATTERIE VERDI
di Virginia Ferrari

A VELE SPIEGATE
di Marco Muselli

STARE BENE PER FARE BENE
di Massimo Servadio

FORMAZIONE MADE IN LIGURIA

**56** porto
GENOVA, ITALIA, MONDO
di Roberto Ferrari

LOGISTICA REEFER 4.0

**62** piccola industria
IN FILIERA PER COMPETERE

**64** giovani
MI PRESENTO
di Matilde Orlando

**66** comunicazione
VIAGGIO NELLA CIVILTÀ DELL'IMMAGINE
di Laura Gazzolo

**68** Fondazione Ansaldo
IN RETE
di Davide Trabucco

**72** la città
EQUILIBRIO DINAMICO

**76** cultura & società
CREATIVITÀ LETTERARIA
di Massimo Morasso

LIBERTÀ
di Luciano Caprile

inserto
**Ranieri Tonissi**

di Sonia Sandei

# Messa a terra

**Quante volte** lo abbiamo letto nell'ultimo anno: il PNRR è il nuovo Piano Marshall, un'occasione che non abbiamo mai avuto e non avremo mai più per uscire dalla crisi e accelerare la crescita e la trasformazione del Paese.
Proprio così: si tratta di 222,1 miliardi di euro che vengono messi a disposizione per: 1) transizione digitale, 2) transizione ecologica, 3) infrastrutture per la mobilità sostenibile 4) istruzione e ricerca 5) inclusione e coesione e 6) salute; sei Missioni coerenti con i pilastri del Next Generation Eu: e infatti è proprio alla prossima generazione, ai giovani e alle donne, che questo Piano guarda.
Il PNRR è il ponte verso il nostro futuro perché getta le basi per un nuovo modello di sviluppo economico, sociale, occupazionale e ambientale, trasformativo e rigenerativo.
Il nostro territorio sarà destinatario di circa otto miliardi, che potrebbero far diventare Genova un modello del nuovo sviluppo economico, fondato sulle filiere industriali (cantieristica e mobilità, per esempio) e sul recupero di competitività della città e del suo porto che, primo del Mediterraneo, sarà protagonista della transizione ecologica con l'elettrificazione delle banchine e l'alimentazione da fonti rinnovabili, che ridurranno le emissioni di $CO_2$ e acustiche.
Il "modello Genova", nato dalla reazione alla tragedia del ponte Morandi, può essere adottato anche per accelerare la messa a terra del PNRR.
L'unione delle forze produttive, economiche e sociali, il coraggio, la serietà, la determinazione e la fiducia - valori sottolineati dal premier Mario Draghi nella sua recente visita istituzionale a Genova - con cui la città ha reagito, accelerando il processo di ricostruzione, è un caso pilota che va replicato in una logica sistemica.
Secondo questo criterio guida è stata costituita, all'interno dell'Associazione, una task force per favorire la collaborazione tra imprese e istituzioni, tra le eccellenze locali e le reti globali, a supporto dell'aggregazione e della nascita di filiere produttive innovative capaci di sfruttare al meglio le grandi opportunità offerte dal PNRR.
Ma per centrare gli obiettivi del PNRR, è indispensabile che si compia la "madre" di tutte le transizioni: quella burocratica. Gli iter autorizzativi devono diventare più celeri rispetto a quanto previsto dai recenti decreti per la semplificazione delle procedure e le riforme correlate debbono essere strutturali per passare, ad esempio, dai 0,8 GW di fonti rinnovabili autorizzati ogni anno agli 8 GW all'anno necessari per raggiungere gli obiettivi 2030.
Le transizioni ecologica e digitale guideranno anche una transizione sociale che genererà nuovi lavori, in aree che neppure siamo in grado di immaginare in questo momento.
L'effetto del PNRR sull'occupazione sarà molto positivo: si stimano 730mila nuovi posti da qui al 2026, di cui 381mila donne e 132mila giovani.
A titolo di esempio, la Missione 2 (transizione ecologica) da sola creerà 182 mila posti di lavoro (+0,8%), di cui 68mila nel settore energie rinnovabili, idrogeno e mobilità sosteni-

bile, altri 68 mila nel campo dell'efficienza energetica e riqualificazione degli edifici, altri 23 mila per economia circolare, agricoltura sostenibile e tutela del territorio e delle risorse idriche.
Affinché questo effetto occupazionale sia ulteriormente generativo è necessario che si compia un'accelerazione nella trasformazione dei modelli di istruzione e di formazione, sia superiore sia universitaria e post-universitaria, con l'obiettivo di formare le nuove competenze e i nuovi mestieri e, contemporaneamente, "traghettare" chi opera già nel mondo del lavoro verso le nuove professioni e i nuovi modelli del lavoro e dell'impresa.
Per rispettare i tempi dettati dal PNRR dobbiamo pensare e agire in tempi rapidi, anche in questo caso sconfiggendo la lentezza burocratica che affligge il sistema dell'istruzione e della formazione in generale. Percorsi paralleli, strutture agili e sinergiche con altre iniziative in altri territori, possono essere delineati e messi a terra.
Un confronto tra grandi progetti di innovazione in territori diversi è il modo più concreto per capire come sfruttare il Piano, se ci sono delle best practice in giro bisogna cercare di trarne vantaggio.
Nel nostro territorio i progetti PNRR riguardano soprattutto l'ambito del trasporto, terrestre e marittimo, delle infrastrutture, della mobilità, le aree più deficitarie del nostro sistema produttivo ed economico, oltre alla digitalizzazione e alla rigenerazione, non solo economica ma anche sociale e ambientale (penso al waterfront, ma sono molte le aree della città interessate).
La task force di Confindustria Genova guarda al PNRR in modo dinamico e innovativo, favorendo le partnership pubblico-privato (strumento che consentirebbe di amplificare i fondi del Piano attraverso gli investimenti delle imprese private e le competenze che possono mettere a disposizione), considerando i progetti pronti a partire per metterli più velocemente a terra, anche attingendo a risorse esistenti sul territorio. Se sapremo stabilire collaborazioni e connessioni tra progetti esistenti e opportunità emergenti, diventeremo determinanti nell'avvio di un circolo virtuoso: per questo la task force è interdisciplinare, anche con una funzione di "dissemination" nelle Sezioni della nostra Associazione e di sintesi delle informazioni provenienti da ciascuna di essa, oltre che, ovviamente, dalle reti esterne.
Se sapremo fare questo, allora saremo un partner indispensabile per le Istituzioni, segnalando opportunità, criticità e priorità, indicando quali competenze servono in certi processi, anche in quelli decisionali - competenze di cui le Istituzioni a volte non dispongono e che, invece, le imprese possono offrire.
Questa è la strada che il presidente Draghi ci ha indicato e che, con convinzione, intendiamo seguire.●

Sonia Sandei è Vicepresidente Vicario Confindustria Genova
con delega all'execution del PNRR e alla Transizione ecologica del porto

CONFINDUSTRIA

di Maria Caterina Chiesa

# Impegni internazionali

## Il 2022 si apre con la confluenza di ALCE in Confindustria Genova: una marcia in più per competere sui mercati esteri.

**Banca d'Italia,** nel suo aggiornamento congiunturale "L'economia della Liguria" del novembre scorso, osserva che "nei primi sei mesi del 2021 le esportazioni liguri a prezzi correnti sono diminuite del 7,1 per cento rispetto allo stesso periodo del 2020, diversamente da quanto osservato in Italia e nel Nord Ovest, dove la crescita è stata significativa (rispettivamente 24,2 e 22,9 per cento)..." attestandosi su un +5,5 per cento calcolato al netto, tra l'altro, dell'evento significativo che aveva reso particolarmente brillante le performance nel 2020, ossia la consegna di una grossa unità navale.

Tra i paesi destinatari delle esportazioni liguri, nel 2021 perdono posizioni gli Stati Uniti, destinatari, nel primo semestre del 2020, delle maggiori esportazioni di navi. Parto da qui, per condividere alcune considerazioni sulle attività di sostegno all'internazionalizzazione poste in essere nella nostra regione e avanzare qualche proposta.

Oggi la nostra Associazione rappresenta circa 1000 aziende, attive in quasi tutti i settori dell'industria manifatturiera e dei servizi, con una presenza di PMI che sfiora il 90% delle iscritte.

Nella nostra attività di promozione dell'internazionalizzazione delle PMI gioca, quindi, un ruolo molto importante la capacità di "aggregazione" delle grandi aziende già presenti sui mercati esteri: negli anni prima dello scoppio della pandemia, ricordo, per esempio, l'organizzazione di missioni di sistema in Russia e in Iran che vedevano capofila, insieme alle Istituzioni locali, player come Ansaldo Energia. Un modello, quello della "missione di sistema", che definirei vincente, perché rafforza la rete di relazioni, conoscenze e competenze sia a livello locale sia rispetto agli interlocutori internazionali.

Lo scoppio della pandemia, nella primavera del 2020, ha impedito che il programma di networking internazionale, che prevedeva, di lì a poco, una nuova missione di sistema a Ekaterinburg, in Russia, in occasione della grande fiera dell'innovazione tecnologica "INNOPROM", si arricchisse di nuove iniziative. Lo sviluppo della piattaforma "Confindustria Liguria Virtual Events", completato lo scorso anno grazie al contributo di Regione Liguria e di Liguria International, per ospitare fiere virtuali, workshop e B2B, nasce proprio dalla volontà di non mancare occasioni di collaborazione e, allo stesso tempo, di dare continuità alle relazioni con l'estero già in corso. Uno strumento che, una volta rientrata completamente l'emergenza, potrà essere utilizzata con finalità di scouting per possibili partnership, per valutare l'effettivo interesse per una proposta di business o per preparare con maggior efficacia la partecipazione in presenza a un evento internazionale.

La volontà di sostenere con maggiore efficacia la presenza delle nostre imprese sui mercati esteri si tradurrà, nei prossimi mesi, nella realizzazione di una mappatura dell'internazionalizzazione delle aziende associate alle territoriali di Genova, Imperia, La Spezia e Savona, per raccogliere informazioni utili a comprendere punti di forza e criticità del sistema che, a vari livelli, affianca le imprese nella loro

dimensione internazionale. Cercheremo quindi di sapere quante sono, in Liguria, le aziende attive sui mercati esteri o intenzionate a internazionalizzarsi, quali i settori e i Paesi di interesse, in modo da poterci organizzare in maniera efficiente, potenziando i servizi già disponibili o sviluppandone di nuovi, rafforzando, allo stesso tempo, la rete delle competenze che concorrono (oltre alla determinazione e alla pazienza!) al successo di un'impresa all'estero.
Intanto, dal 1° gennaio di quest'anno, con la confluenza di ALCE, l'Associazione Ligure Commercio Estero, la "comunità internazionale" di Confindustria Genova può contare anche sul prezioso contributo di oltre trenta aziende attive nel trading: come sottolinea in queste pagine Marco Toffolutti, già presidente di ALCE e ora alla guida del neo costituito Gruppo Internazionalizzazione-ALCE, la qualità dei prodotti che esportiamo nel mondo dipende anche dalla qualità della materia prima che importiamo. Considerazione tanto più vera in questo particolare momento storico, dove la possibilità di confrontarsi con esperti del settore può davvero fare la differenza.
Infine, è notizia di questi giorni che la Giunta regionale ha deliberato di affidare a Liguria International (società in-house di Regione Liguria e del sistema camerale) una dotazione di un milione di euro per la promozione delle iniziative regionali sui mercati esteri: si tratta di un'ottima notizia, che ci trova pronti a portare idee e a collaborare con tutti i soggetti impegnati a far crescere l'export ligure e a valorizzare le nostre competenze nell'import.●

Maria Caterina Chiesa è Vicepresidente Confindustria Genova
con delega a Finanza e Internazionalizzazione

## MARCO TOFFOLUTTI

*Presidente Gruppo Internazionalizzazione-ALCE, già Presidente di ALCE-Associazione Ligure Commercio Estero*

Perché un'associazione con 75 anni di storia decide di rinunciare al proprio percorso indipendente per confluire in un'Associazione più grande? Perché non è una rinuncia, ma una presa d'atto che a tutti i livelli "piccolo non è più bello", ma solo insieme si può aumentare l'efficacia della propria azione. Perché un'Associazione come Confindustria, che non è sicuramente digiuna di internazionalizzazione, lavora con tenacia a questa integrazione per creare un Gruppo Internazionalizzazione-ALCE? Perché in Italia, quando si parla di internazionalizzazione, si usa spesso solo il linguaggio dell'export: portare le nostre aziende di valore sui mercati del mondo. Ma l'Italia non è, purtroppo, un Paese ricco di risorse, e per avere un buon export, in molti casi, bisogna prima garantirsi un efficace import. Ecco, quindi, l'idea di integrarsi con chi da decenni gira il mondo per trovare valide fonti di approvvigionamento, con cui alimentare i processi produttivi delle aziende italiane: avere un orizzonte a 360 gradi, perché oggi è sempre più vero che "il battito d'ali di una farfalla a Tokyo può causare un uragano a New York", perché la mission non può più limitarsi all'andare a vendere oltre confine, ma accompagnare gli Associati "a pensare ed essere internazionali". Quali, quindi, i contenuti di questo nuovo Gruppo? Sicuramente proseguire nell'attività di supporto quotidiano su normative, bandi e formazione, ma poi alzare lo sguardo verso la geopolitica e la geoeconomia, creare un sistema informativo per sostenere gli Associati nelle loro decisioni: se avessimo avuto degli alert preventivi sulle criticità che stiamo vivendo in questo inverno 2021-2022 non avremmo forse adattato per tempo il nostro piano di approvvigionamento o la nostra politica commerciale? Troppo spesso in Italia ci facciamo sorprendere dalle emergenze, per poi dimenticarci dei problemi quando la bufera passa: questo approccio non può più funzionare, ci vuole un presidio costante e qualcuno che ci possa sostenere, un'antenna che possa captare per tempo i segnali di cambiamento che possono impattare sulle nostre aziende, e aiutarci a rinforzare gli ormeggi quando necessario. Queste poche righe sono parole, nelle prossime settimane e mesi arriveranno i contenuti: l'auspicio è di suscitare l'interesse a "usarci", di stimolare la condivisione di esperienze e problematiche, perché insieme si cammina meglio, ed è vero che si percorre anche più strada.●

CONFINDUSTRIA GENOVA

ASSOCIAZIONE LIGURE COMMERCIO ESTERO ALCE GENOVA

GRUPPO INTERNAZIONALIZZAZIONE - ALCE

CONFINDUSTRIA

di Giacomo Franceschini

# Ripresa a ostacoli

Con gli attuali altissimi prezzi dell'energia, i margini erosi, la scarsità di commodity e l'aumento dei contagi, la possibilità che la ripresa subisca uno stop è concreta. Il PNRR può essere determinante per tornare alla direzione corretta, ma solo con modalità di investimento appropriate, rispetto delle tempistiche e corretta allocazione delle risorse.

**Il report trae origine** da un'indagine condotta dal Centro Studi di Confindustria Genova su alcuni indicatori connessi all'operatività delle imprese associate nel secondo semestre del 2021 e le previsioni per il primo semestre del 2022. I dati sono espressi in termini quantitativi tendenziali, riferiti all'analogo periodo dell'anno precedente, e provengono da tutti i settori rappresentati da Confindustria Genova, appartenenti sia ai comparti industriali che dei servizi. La composizione del panel e il tasso di adesione consentono di fornire informazioni e linee di tendenza indicative per l'andamento dell'intera economia genovese con analisi riguardanti i singoli settori merceologici.

• • •

Lo scenario è cominciato a peggiorare sul finire del semestre, a dicembre: nella manifattura gli ordini hanno retto, ma l'impressionante aumento del gas (+723% a dicembre sul pre-crisi) e dell'elettricità in Italia, sommandosi ai rincari degli altri input, sta causando temporanee chiusure di imprese nei settori energivori. Secondo le ultime stime del Centro Studi Confindustria l'impatto sulla produzione industriale si è tradotto in una forte caduta a gennaio, -1,3%, dopo una flessione dello 0,7% a dicembre (a ottobre-novembre era cresciuta dello 0,7%). L'insufficienza di materiali e la scarsità di manodopera hanno toccato i valori massimi degli ultimi dieci anni. L'export ha continuato a crescere in ottobre-novembre (+2,2% in valore), sostenuto dalle vendite extra-UE (+2,6%) e intra-UE (+1,9%). Lo scenario tuttavia comincia a divenire più incerto: la domanda estera è robusta, ma le difficoltà nelle forniture e le pressioni sui prezzi fanno da limiti all'offerta.
Anche tra i servizi l'ultimo mese del 2021 ha fornito indicazioni di rallentamento. Nel turismo il recupero fino a novembre era stato parziale (-25% dal 2019 i viaggi di stranieri in Italia) e la nuova ondata di contagi dovuti a Omicron ha nuovamente ridotto la mobilità delle famiglie (-22% in Italia a gennaio 2022). Ciò frena nuovamente spese fuori casa e viaggi, sebbene le restrizioni siano moderate. La risalita dei consumi rischia quindi di interrompersi: attualmente segna un -3,6% rispetto al periodo pre-crisi, interamente dovuto al crollo delle spese per servizi.
L'accumularsi di rischi al ribasso ha avuto un impatto sulla fiducia delle imprese: già nel 3° trimestre 2021 gli investimenti in Italia hanno rallentato (da +2,4% a +1,6% del 2° trimestre). Per quanto riguarda l'ultima parte dell'anno i giudizi delle imprese sulle condizioni di investimento sono fortemente peggiorati (saldo ottimisti/pessimisti da +24,4 a +6,7), mentre le aspettative sulle condizioni economiche per il 1° trimestre 2022 sono negative.
A preoccupare sono sia i bassi margini, erosi dai prezzi delle commodity, sia il contesto molto incerto circa la prosecuzione della pandemia. A smorzare il pessimismo ci sono le attese circa gli effetti di PNRR e incentivi (specie per il settore delle costruzioni). I prestiti alle imprese italiane hanno frenato a +0,4% annuo a novembre, dopo il balzo nel 2020 (+8,3% a fine anno), sulla scia di una domanda stabilizzatasi nel 2° e 3° trimestre 2021. L'inizio dell'uscita della FED dalle misure espansive sta avendo un riflesso su tassi e spread nell'Eurozona, nonostante la BCE mantenga invariata la propria policy: il rendimento BTP è salito a 1,22% a gennaio (da 0,97%), pur restando basso e senza ancora conseguenze sul costo del credito (1,1% per le imprese). Dal lato occupazione, il numero di occupati ha recuperato quasi del tutto il calo (+700mila dal minimo di gennaio 2021; ma -144mila rispetto a fine 2019). I lavoratori dipendenti sono pressoché ai livelli pre-pandemia (-41mila i permanenti, +79mila i temporanei), mentre continua il calo degli indipendenti.
In questo contesto il Piano Nazionale Ripresa e Resilienza può essere decisivo: in media d'anno prevede infatti una spesa pubblica di 40 miliardi di euro. Tuttavia l'erogazione di ciascuna rata è subordinata al positivo conseguimento di obiettivi e traguardi secondo una tabella di marcia concordata con L'UE: è necessario rispettare il cronoprogramma ed evitare qualsiasi dispersione di risorse.

### L'economia genovese nel 2° semestre 2021

Nel secondo semestre 2021 l'economia genovese è stata caratterizzata da una crescita della produzione industriale (vera locomotiva della ripresa nella prima parte dell'anno) che, tuttavia, ha subito un rallentamento nel corso dei sei mesi, e da una ripartenza dei servizi, poi smorzatasi sul finire dell'anno a causa dell'incremento dei contagi dovuto alla variante Omicron.

**INDUSTRIA E SERVIZI**
**2° semestre 2021 su 2° semestre 2020**

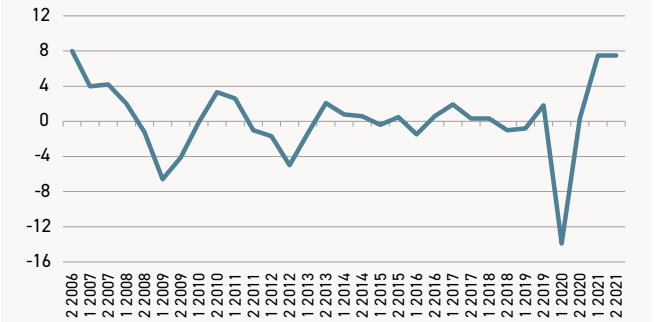
| | Var. % |
|---|---|
| Fatturato Italia | + 7,5 |
| Fatturato Estero | + 3,8 |
| Ordini Italia | + 3,8 |
| Ordini Estero | + 6,1 |
| Prezzi di vendita | + 2,7 |
| Costo del lavoro | + 3,2 |
| Occupati in organico | + 0,4 |

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Nel confronto tendenziale con il secondo semestre 2020, periodo ancora segnato dalle criticità legate alla pandemia, le variazioni percentuali dei principali indicatori sono ampiamente positive. Tuttavia occorre analizzare la dinamica dei settori economici nel corso degli ultimi mesi per avere un quadro più realistico. Rispetto alla prima metà dell'anno, la produzione industriale è cresciuta a un ritmo più attenuato: il rallentamento è riconducibile alle difficoltà dal lato dell'offerta, come le interruzioni lungo le catene del valore globali e la scarsità di alcuni input produttivi. Pur in espansione, produzione e ordini hanno rallentato.
Oltre ai problemi nelle forniture e al prezzo elevato delle materie prime, verso la fine del semestre è emersa un'ulteriore criticità, che ha toccato in particolar modo le aziende energivore e manifatturiere: l'elevato aumento dei prezzi dell'energia. Ciò ha un impatto sia sulla produzione (con possibili blocchi), sia sui margini lordi e di conseguenza sugli investimenti, indispensabili per rafforzare la crescita. Il rialzo

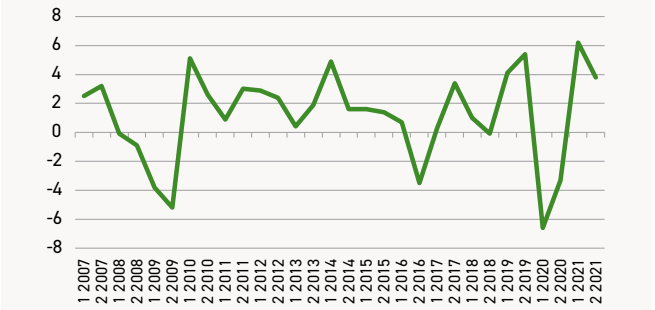
dei prezzi dei beni energetici, +29,1% annuo a dicembre, ha spinto l'indice generale dell'inflazione molto sopra quello "core" (al netto di energia e alimentari), che invece è rimasto, a fine 2021, attorno al +1,5%, a dimostrazione che, almeno per adesso, le aziende stanno cercando di non ribaltare sui prezzi di vendita gli aumenti subiti a monte.
I servizi hanno intrapreso un recupero nel corso del semestre: non si sono avuti particolari interruzioni delle attività legate a restrizioni (che sono rimaste moderate), ma dall'autunno l'incertezza per la nuova ondata epidemica ha frenato alcune tipologie di consumi con effetti su trasporti e turismo. Inoltre, sul finire dell'anno anche l'impatto del rincaro dell'energia sottrae risorse alla spesa delle famiglie.

## FATTURATO ITALIA



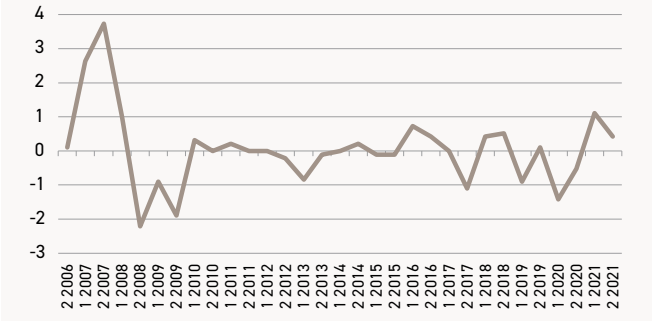

FONTE: STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

## FATTURATO ESTERO




FONTE: CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

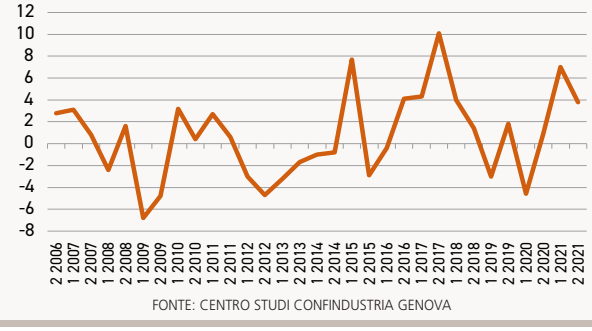
## OCCUPAZIONE




FONTE: CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

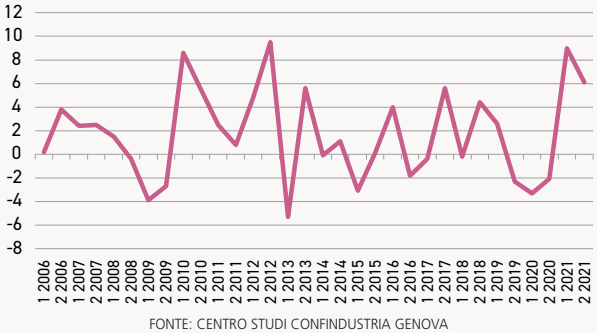
In ogni caso, rispetto al 2020, le aziende genovesi stanno continuando a risalire la china: nel confronto tendenziale il fatturato è cresciuto del 7,5% con riferimento alla componente italiana e del 3,8% per quella estera. Le commesse ricevute sono aumentate del 3,8% e del 6,1% provenienti rispettivamente da clientela italiana ed estera.
A questi risultati ha contributo in maniera importante il comparto manifatturiero che, nonostante le difficoltà di alcuni settori e l'elevato costo di materie prime e semilavorati, ha confermato il suo ruolo rilevante nella ripresa.
Nel complesso i prezzi di vendita sono cresciuti del 2,7%, mentre gli occupati in organico hanno fatto segnare un modesto +0,4%. Indicazioni moderatamente positive provengono anche dai dati di fonte INPS sulle ore di Cassa Integrazione Autorizzate: nel complesso le ore di Cassa Integrazione sono diminuite del 73% rispetto al secondo semestre 2020. Rimangono, tuttavia, quasi quadruplicate rispetto allo stesso periodo pre-covid.

## ORDINI ITALIA




FONTE: CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

## ORDINI ESTERO




FONTE: CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

### I SETTORI DI ATTIVITÀ

#### L'Industria manifatturiera

Nella seconda parte del 2021 le imprese manifatturiere genovesi hanno registrato risultati positivi, che confermano il buon andamento già emerso nella prima parte dell'anno. È quindi possibile continuare a considerare l'industria manifatturiera come comparto trainante dell'economia locale. Detto ciò, è necessario prestare attenzione ad alcune variabili il cui andamento può essere indizio dei rischi a cui la ripresa, che pure si è concretizzata, può essere esposta.

## INDUSTRIA MANIFATTURIERA
**2° semestre 2021 su 2° semestre 2020**

| | Var. % |
|---|---|
| Produzione | + 6,6 |
| Fatturato Italia | + 8,9 |
| Fatturato Estero | + 5,2 |
| Giacenze prodotti | + 0,2 |
| Ordini Italia | + 6,6 |
| Ordini Estero | + 12,1 |
| Prezzi di vendita | + 1,9 |
| Costo del lavoro | + 4,0 |
| Costo m. prime / semilavorati | + 8,4 |
| Occupati in organico | + 1,4 |

FONTE: CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

L'attività delle aziende manifatturiere è cresciuta in maniera significativa a confronto con la seconda parte del 2020. La spinta è stata dettata soprattutto dalla domanda interna, mentre il fatturato estero è aumentato in percentuale inferiore, ma comunque significativa. Nella seconda parte dell'anno, tuttavia, le aziende hanno segnalato una sempre maggior insufficienza di materiali, divenuta nel tempo un fattore di crescente ostacolo alla produzione. Inoltre, le dinamiche negative dell'attività industriale nei principali Paesi partner commerciali hanno contribuito ad attenuare l'andamento delle esportazioni.
In ogni caso il commercio globale sta recuperando dai livelli più bassi toccati durante la crisi sanitaria, e questo viene confermato dal forte incremento delle commesse da clienti stranieri; affinché queste si trasformino in un aumento della produzione a breve termine, occorrerà monitorare la dinamica dei due fattori più critici in questo momento: il caro-energia e la scarsità e alto prezzo delle materie prime - queste ultime, in alcuni settori, sono cresciute sfiorando il +20% tendenziale.
Fino a questo momento le aziende stanno assorbendo i maggiori costi a scapito dei profitti, ma è in atto un adeguamento dei listini (+1,9% i prezzi di vendita).
La dinamica dell'occupazione, più di ogni altra variabile, ha andamenti diversi a seconda del settore: cresce nell'high-tech e nella cantieristica, diminuisce in settori dove il caro-energia colpisce duramente (industria della carta), mentre in altri i margini erosi dal rincaro delle materie prime non permette un ampliamento degli organici (alimentati, plastica e chimica).
Infatti, passando ad approfondire i variegati settori del comparto, appare più forte che altrove la ripresa dell'attività nelle aziende della cantieristica navale: la produzione è in rialzo del 19,4% e le aziende hanno registrato grandi volumi di ordini (+24,5% dall'Italia, +34% dall'estero). La forte domanda di trasporto marittimo infatti spinge società di navigazione e armatori ad ampliare le flotte e ciò si traduce in commesse pluriennali per i cantieri navali. Il giro d'affari è in espansione (+14,3% Italia e +8,6% estero) e le aziende hanno incrementato gli organici (+3,1%), nonostante i rincari di energia e commodity mettano qualche pressione ai margini (-4%).
Le statistiche di Ente Bacini Srl, società che monitora le attività svolte nei 6 bacini di carenaggio del Porto conferma che vi sono state delle positività nell'attività svolta nel corso dell'anno: nonostante una minore percentuale di utilizzo il numero di navi è aumentato da 37 a 57.
Tra le aziende dell'impiantistica e metalmeccanica crescono la produzione (+9,6%) e il fatturato soprattutto da clienti nazionali (+17%): in questo caso la forte ripresa dell'edilizia, al traino dei numerosi bonus fiscali, ha spinto l'attività delle aziende di impianti e manutenzione, con beneficio per tutto il settore. Meno forte, ma comunque in salita, l'andamento del fatturato estero (+2,9%), che ha risentito nel semestre del rallentamento della crescita del commercio mondale. In ogni caso la raccolta degli ordini è più che positiva, con quelli nazionali sopra l'8% di aumento e quelli esteri a +19%. Cresce tuttavia anche il costo di semilavorati e materie prime (+17,5%). Per le grandi aziende energivore che guidano il comparto il caro-energia e le strozzature nelle forniture avranno un impatto non trascurabile sui risultati della prima parte del 2022.
Nell'industria alimentare gli incrementi sono stati rilevanti, mentre nel primo semestre l'andamento, pur positivo, era stato contenuto. La produzione è risultata in aumento del 10,4% rispetto al secondo semestre 2020 e anche l'andamento di fatturato e ordini è positivo: con riferimento alla clientela italiana il fatturato è cresciuto del 5,7% e la raccolta ordini del 6,1% e allo stesso tempo la componente estera ha registrato un +8,5% sia in termini di fatturato che di ordini. Tuttavia il settore è stato tra i più colpiti dai rincari delle materie prime: nel semestre l'aumento dei costi a esse legato è stato pari al 22,5%. Le aziende hanno mantenuto i prezzi di vendita sugli stessi livelli dell'anno precedente contraendo i margini lordi che infatti segnano una diminuzione pari al 10,1%.
Le aziende del tessile e abbigliamento, uno dei settori più colpiti dalla crisi in questi due anni, tentano un timido rimbalzo: +0,8% di fatturato e + 0,5% di ordini. Non abbastanza per assistere a dei progressi sui livelli di produzione e occupazione.
Più in chiaroscuro il settore dell'elettronica e Information Technology: dopo gli aumenti tendenziali del primo semestre, la domanda interna ha perso forza e il fatturato da clienti italiani è calato di 2 punti percentuali. Si conferma invece l'importanza del mercato estero, con la componente di fatturato a esso relativo in rialzo dell'1,9%. I dati sugli ordini sono meno entusiasmanti dell'atteso (+0,6%), ma le aziende continuano a incrementare gli organici (+2,5%) in vista di una crescita prevista nel lungo periodo.
Nel settore della chimica, plastica e farmaceutica le aziende evidenziano un rallentamento dell'attività economica (-1%), all'indomani dei robusti incrementi di inizio 2021. Fatturato e ordini sono poco mossi: il giro d'affari è in leggera contrazione (-0,7% nazionale, -0,4% verso l'estero), mentre gli ordini sono stazionari. Il rincaro del costo delle materie prime (+3,7%) si riflette solo in parte sui prezzi di vendita (+1,6%), i margini si contraggono dello 0,9%.
Male l'andamento delle aziende della carta, cartotecnica,

editoria e grafica, in difficoltà per gli aumenti di materie prime (+11%) ed energia. La produzione è in calo del 2,5%, così come il fatturato. Gli ordini registrano un progresso dell'1,6%, ma difficilmente la situazione potrà migliorare sensibilmente nel breve periodo. I margini si erodono del 3,6% e le aziende sono costrette a ridurre la forza lavoro (-3,2%).

### I Trasporti e la Logistica

Il secondo semestre 2021 ha fatto registrare un progresso su base tendenziale per le aziende dei settori trasporti, distribuzione e logistica, particolarmente colpite dalle conseguenze della pandemia nell'anno passato: la risalita, cominciata già nel primo semestre, si è confermata anche nel secondo.

**LOGISTICA**
**2° semestre 2021 su 2° semestre 2020**

| | Var. % |
|---|---|
| Fatturato Italia | + 5,7 |
| Fatturato Estero | + 3,0 |
| Prezzi di vendita | + 5,2 |
| Costo del lavoro | + 3,1 |
| Occupati in organico | + 0,6 |

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

I risultati migliori del comparto arrivano dalle aziende della distribuzione di energia, che hanno registrato importanti aumenti: +18,8% l'aumento del fatturato, +5,2% i margini lordi. L'aumento dei prezzi di vendita sfiora il 30%. Tali numeri sono giustificati dal forte aumento della domanda di energia nel semestre rispetto alla seconda parte del 2020: i consumi di energia sono stati superiori alle aspettative.
Con riferimento al trasporto e logistica di merce, rispetto alla seconda parte del 2020, il giro d'affari degli operatori terminalisti portuali è risultato in incremento dell'8,9% per quanto riguarda il fatturato verso clientela italiana e del 14,8% verso quella straniera. Migliorano i margini lordi, in espansione del 14%.
Cresce il fatturato anche tra le aziende dell'autotrasporto, soprattutto con riguardo al mercato nazionale (+2,2%).
Per le aziende manifatturiere una questione collegata a quella delle commodity è rappresentata dai forti problemi registrati nei trasporti internazionali marittimi. Il più evidente è stato il balzo dei noli marittimi, ovvero del costo di trasporto di merci via mare, attualmente su livelli molto elevati. Ciò rappresenta sia un ulteriore aggravio di spese rispetto agli aumenti di materie prime e semilavorati, sia un allungamento dei tempi di consegna della merce. La ragione dell'alto livello dei noli va ricercata nella difficoltà di reperire navi e container e nelle chiusure temporanee di alcuni porti cinesi, a causa della pandemia.
Con riferimento al Porto di Genova, da gennaio a dicembre il traffico merci è cresciuto del 9,9% rispetto agli stessi mesi 2020 (-7,6% sull'analogo periodo 2019). In termini di TEUS il traffico containerizzato è cresciuto dell'8,7% (-2,2% rispetto al 2019). Tuttavia, considerando il solo secondo semestre, si è registrato un rallentamento della crescita del traffico e, per alcune voci, una contrazione: il traffico totale è aumentato del 5,1%, ma i traffici convenzionale e containerizzato (in tonnellaggio) hanno subito una contrazione dell'1,6%. Le rinfuse solide sono cresciute del 12,9%, quelle liquide del 10,2% grazie alla forte ripresa del traffico di oli vegetali e vino (+51,5%). La forte ripresa della produzione si riflette sui dati della funzione industriale del Porto, con il traffico siderurgico in aumento del 54,4%.
In termini di TEUS il traffico container è in flessione, facendo registrare un -1,1%. La dinamica è analoga per quanto riguarda anche il movimento passeggeri: le persone trasportate da traghetti e crociere sono cresciute del 69% a confronto con la seconda parte del 2020, ma il dato fa segnare ancora un -28% rispetto al pre-covid. Distinguendo tra passeggeri di traghetti e crociere, rispetto al secondo semestre 2019, i primi sono in calo del 15%, mentre i secondi del 53%. Il traffico dell'aeroporto C. Colombo di Genova è in crescita del 48% in termini di movimento di aeromobili e del 111% in termini di passeggeri. A confronto con il periodo luglio-novembre 2019 i cali si attestano rispettivamente a -24% e -44%.

### I Servizi di Terziario Avanzato

Le aziende dei Servizi di Terziario Avanzato hanno conseguito risultati moderatamente positivi. Nel settore dei servizi alle imprese crescono gli ordini nazionali di una misura vicina al 2%, mentre le commesse dall'estero crescono dell'1,2%. Analogamente, cresce dell'1,9% il fatturato verso clientela italiana, a fronte di un +1% con riferimento alle sole vendite all'estero. La dinamica occupazionale è ferma rispetto al secondo semestre 2020.

**TERZIARIO AVANZATO**
**2° semestre 2021 su 2° semestre 2020**

| | Var. % |
|---|---|
| Fatturato Italia | + 1,9 |
| Fatturato Estero | + 1,0 |
| Ordini Italia | + 1,8 |
| Ordini Estero | + 1,2 |
| Prezzi di vendita | 0 |
| Costo del lavoro | + 3,7 |
| Occupati in organico | 0 |

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

### La Finanza e le Assicurazioni

Il comparto bancario-assicurativo genovese ha visto incrementare il proprio fatturato del 2,1% nel secondo semestre 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'aumento del volume di affari si è registrato soprattutto nel settore assicurativo e solo in misura minore in quello bancario; quest'ultimo si caratterizza ancora per riorganizzazioni tra le realtà del settore.

## FINANZA E ASSICURAZIONI
**2° semestre 2021 su 2° semestre 2020**

| | Var. % |
|---|---|
| Fatturato Italia* | - 2,0 |
| Fatturato Estero | 0 |
| Costo del lavoro | - 0,6 |
| Occupati in organico | - 7,3 |

*Dato consolidato attraverso l'esame degli indici di raccolta per il settore bancario e premi/provvigioni per quello assicurativo

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

### Il Turismo

Rispetto alle forti contrazioni di volume d'affari dei due semestri 2020, il comparto turistico genovese fa registrare un ulteriore segno positivo dopo la ripartenza dei primi sei mesi del 2021. Incertezza e minor potere d'acquisto delle famiglie mettono però a repentaglio i risultati ottenuti.

## TURISMO
**2° semestre 2021 su 2° semestre 2020**

| | Var. % |
|---|---|
| Fatturato Italia | + 35,2 |
| Fatturato Estero | + 12,5 |
| Prezzi di vendita | + 7,4 |
| Costo del lavoro | + 7,4 |
| Occupati in organico | + 1,0 |

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Il fatturato generato verso clienti italiani è risultato in forte aumento, +35,2% se raffrontato all'anno scorso. Il fatturato generato da clienti stranieri è tornato a crescere dopo tre semestri di cali (+12,5%). I risultati fortemente positivi sono anche da imputare alla riapertura dei grandi teatri locali, la cui attività nel corso del 2020 è stata ridotta ai minimi termini e alla forte spinta dettata dal periodo estivo in cui erano lontani i timori di una recrudescenza della pandemia.
Crescono anche gli occupati: +1%, secondo incremento tendenziale consecutivo dopo il +0,6% del primo semestre. In ogni caso il terreno da recuperare è ancora molto e i flussi turistici sono attesi risalire in maniera molto graduale, soprattutto per quanto riguarda la componente straniera (turisti che in media hanno una maggiore capacità di spesa), data l'incertezza legata alla diffusione del virus e all'introduzione di misure di contenimento che possono colpire in modo particolare i viaggiatori internazionali. Inoltre, nuovi comportamenti e abitudini potrebbero essere molto persistenti o strutturali: in particolare, i viaggi per motivi di lavoro saranno sostituiti parzialmente dalle nuove tecnologie digitali. L'analisi del movimento turistico fornisce una buona immagine del quadro generale. Da giugno a novembre arrivi e presenze sono risultati in forte crescita rispetto al secondo semestre 2020, dal momento che la ripresa estiva è stata migliore persino delle attese (+60% arrivi, +44% presenze). Tuttavia, rispetto alla seconda parte del 2019, prima dell'insorgere della pandemia, gli arrivi di turisti sono ancora inferiori del 6% (stranieri -19%) e le presenze complessive dell'1% (stranieri -15%).

### Le prospettive per il 1° semestre 2022

Nel primo semestre del 2022 sarà visibile l'incidenza dei rincari sulla produzione industriale, che ne sarà inevitabilmente influenzata. Il rallentamento dell'industria e una mancata, robusta ripartenza dei servizi mette a rischio il consolidamento del recupero finora intrapreso. Tra i molti fattori che determinano prospettive negative, ne esiste uno di segno contrario: l'avvio dei primi investimenti del PNRR può garantire commesse e sostegno al sistema economico locale.

## INDUSTRIA E SERVIZI
**Prospettive 1° semestre 2022**

| | Var. % |
|---|---|
| Fatturato | + 2,1 |
| Ordini | - 1,5 |
| Esportazioni | - 2,5 |
| Occupati in organico | + 0,6 |

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Dalle indicazioni delle imprese genovesi per la prima parte del 2022, emergono tutti i timori di un rallentamento della ripresa avviata appena un anno fa. Gli ordini raccolti nel semestre garantiranno la tenuta del fatturato, ma le prospettive sulle commesse non sono altrettanto buone e le attese sono di un calo degli ordini pari all'1,5%.
Questo sarà dettato soprattutto dalla componente estera del mercato: i colli di bottiglia lungo le catene del valore, gli alti prezzi di materie prime e noli incidono sulla produzione, non solo italiana, ma anche dei partner commerciali, cosicché le esportazioni subiranno una frenata. I servizi stentano a ripartire con forza, in attesa di un miglioramento della situazione pandemica. Tuttavia, l'alta inflazione, sia essa temporanea o meno, nei prossimi mesi colpirà il potere d'acquisto delle famiglie e, di conseguenza, i consumi.
Si tratta di indicazioni di carattere generale e consolidate in base a fattori di ponderazione tra i diversi settori produttivi, che devono essere verificate rispetto alle variabili di tempo e di contesto congiunturale in cui si troveranno a operare le singole aziende. Tuttavia, dall'indagine qualitativa sul clima di fiducia delle aziende manifatturiere genovesi e liguri, svolta trimestralmente dal Centro Studi di Confindustria Genova, emerge una flessione della fiducia degli imprenditori rispetto ai picchi registrati negli ultimi trimestri, in particolar modo con riguardo agli investimenti.
In ogni caso, il quadro complessivo resta orientato alla crescita, come si desume dalle indicazioni dei principali istituti di previsione economica, tra cui il Centro Studi di Confindustria: nel 2022 il PIL italiano crescerà oltre il 4%. Particolare attenzione verrà posta su andamento dei consumi, investimenti e debito della PA.

L'INTERVISTA

di Piera Ponta

Il Cnr, quale principale attore pubblico della ricerca, giocherà un ruolo strategico all'interno del PNRR, anche come mediatore tra Governo, organizzazioni scientifiche e imprese.

# Non solo ricerca

"Tramite il PNRR potranno essere avviate nuove collaborazioni tra Università, PA, enti locali e industria"

"DIH e Competence Center sono di fondamentale importanza per introdurre l'innovazione digitale nel tessuto delle PMI"

"Occorre investire di più per trasformare le potenzialità della ricerca in una proprietà intellettuale valida e utilizzabile a fini industriali"

## Maria Chiara Carrozza

Ministro dell'istruzione Università e Ricerca durante il governo Letta (aprile 2013 - febbraio 2014), per due mandati Rettore della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, dall'aprile dello scorso anno Maria Chiara Carrozza è Presidente del Consiglio Nazionale delle Ricerche, prima donna a ricoprire tale incarico nella storia quasi centenaria dell'Ente. Laureata in Fisica, con un PhD in Ingegneria, mal digerisce la convinzione diffusa di un'antitesi fra ricerca di base e applicata e la separazione fra ricerca pubblica e privata. Da qui la il suo impegno affinché il Cnr, oltre a "fare ricerca", possa contribuire al disegno e alla gestione di strumenti di finanziamento a sostegno delle organizzazioni scientifiche e delle imprese, anche quando le risorse del PNRR saranno esaurite.

**Il PNRR destina circa 17 miliardi di euro, circa il 7,5% complessivo delle risorse totali, alle attività di ricerca e sviluppo. Quale ruolo può svolgere il Cnr, ente multidisciplinare, per contribuire a centrare gli ambiziosi obiettivi del Piano da parte di Pubblica Amministrazione e imprese?**

Il PNRR costituisce un'occasione unica e probabilmente irripetibile per instaurare un circolo virtuoso tra ricerca, inno-

vazione e sviluppo economico e sociale del Paese: tramite esso potranno essere avviati non solo nuovi progetti, ma anche nuove collaborazioni tra mondo accademico, amministrazione pubblica, enti locali e industria; e avviare una collaborazione tra settore pubblico e privato che punti alla soluzione delle grandi sfide della società. In questo processo, l'apporto che il Cnr potrà fornire è duplice: da un lato mettere a disposizione il proprio respiro multidisciplinare per svolgere direttamente progetti di ricerca applicata e sviluppo sperimentale, ricerca di base, trasferimento tecnologico; dall'altro, contribuire al disegno e alla gestione di strumenti di finanziamento, mediando tra governo e comunità dei ricercatori, dalle organizzazioni scientifiche e dalle imprese. In altre parole, l'Ente svolgerà il suo compito quanto più combinerà il "fare ricerca" e l'azione di agenzia, recuperando quel ruolo centrale svolto in passato - basti pensare ai Progetti Finalizzati - e che già svolge nel coordinamento di molte infrastrutture europee di ricerca. Un ruolo che non si esaurisce nel PNRR: queste condizioni dovranno, infatti, essere mantenute nel lungo periodo, assicurando adeguate risorse ordinarie anche quando le risorse straordinarie del Piano avranno esaurito il proprio compito. Quale principale attore pubblico della ricerca, inoltre, al Cnr spetta anche un ruolo strategico nel disegno definito nel Piano, cioè essere in grado di operare sulla frontiera della scienza e aprire nuove traiettorie tecnologiche che dovranno essere colte attraverso l'ampio ventaglio di azioni, interventi e soluzioni previste all'interno del Piano. Fare in modo, cioè, che gli investimenti previsti abbiano concrete ricadute sulla collettività e sul sistema socio-economico nazionale.

**Le aziende faticano a trovare figure professionali con profili adeguati ad affrontare le nuove sfide di mercato, che tecnologia e innovazione rendono particolarmente selettive. Per colmare questo gap, molte aziende (e non solo le più grandi) hanno costituito delle Academy al proprio interno. Qual è la sua opinione al riguardo?**

Partiamo dal dato che in Italia solo lo 0,5% della popolazione in età lavorativa ha il dottorato di ricerca, contro l'1,2 della media dell'Unione, come emerge dall'ultima "Relazione sulla ricerca e l'innovazione in Italia - Analisi e dati di politica della scienza e della tecnologia": questo significa avere, come Paese, minori opportunità di specializzazione tecnologica e produttiva verso settori e industrie a più elevato contenuto di conoscenza. Contribuire all'alta formazione dei giovani mediante la ricerca è uno degli obiettivi del Cnr: questo avviene tramite lo sviluppo di percorsi di dottorati tematici di altissimo profilo scientifico, che abbiano particolari requisiti di qualità, innovazione tecnologica e internazionalizzazione, anche in collaborazione con le imprese, con cui sostenere lo sviluppo del Paese tramite la creazione e il trasferimento di nuova conoscenza. Un'ulteriore misura, in questo senso, è stata l'introduzione dello strumento del Dottorato industriale, in cui il dottorando è guidato da tutor aziendali e accademici e svolge parte del suo percorso in azienda. Proprio per promuovere questo tipo di Dottorato, il Cnr ha stipulato nel 2017 un accordo con Confindustria per il cofinanziamento di progetti su tematiche rilevanti per l'innovazione del Paese: tali programmi sono cofinanziati al 50% dal Cnr e al 50% dalle imprese coinvolte, prevedendo percorsi formativi specificatamente finalizzati alle esigenze delle imprese. I settori sono molteplici e spaziano dalle tecnologie digitali emergenti alla biologia applicata, dalla medicina sperimentale all'ingegneria alla food science e molto altro ancora: i primi esperimenti sembrano fornire segnali incoraggianti.

**Digital Innovation Hub e Competence Center, ai quali partecipa anche il Cnr, sono impegnati da alcuni anni con successo in azioni a sostegno della transizione digitale delle imprese. Quali sono, a suo parere, i punti di forza di questa alleanza pubblico-privato e dove, invece, si può fare di più - o di meglio - per un supporto ancora più efficace?**

Strumenti come i Digital Innovation Hub e i Competence Center si stanno rivelando di fondamentale importanza soprattutto per far arrivare l'innovazione digitale nel tessuto delle piccole e medie imprese, che vivono questo particolare momento di "convergenza" tra rivoluzione digitale e manifattura tradizionale, ma ci sono ancora alcuni aspetti da risolvere. Uno riguarda il modello organizzativo delle imprese stesse, cui si richiede un cambiamento profondo rispetto al quale molte non sono ancora pronte: avviare, cioè, anche una transizione "organizzativa" relativamente a modelli di business, processi organizzativi, comunicazione, marketing. Un secondo, poi, riguarda il mondo della ricerca, che può e deve fare ancora molto per superare la "storica" antitesi fra ricerca di base e applicata. La ricerca deve essere di qualità e finanziata in quanto tale, sia quella guidata da curiosità che quella applicativa, ed entrambe devono coesistere senza contrapposizioni o trasformarsi l'una nell'altra. Dobbiamo, cioè, superare il preconcetto della separazione fra ricerca pubblica e privata, che allontana le imprese con cui gli enti di ricerca hanno sempre attivato collaborazioni. Solo in questo modo potremo dare al mondo della ricerca la possibilità di ricoprire davvero un ruolo strategico per il Paese, perché significherà creare spin-off, start up, proof of concept, lavoro, opportunità per i giovani: è questa è la vera sfida.

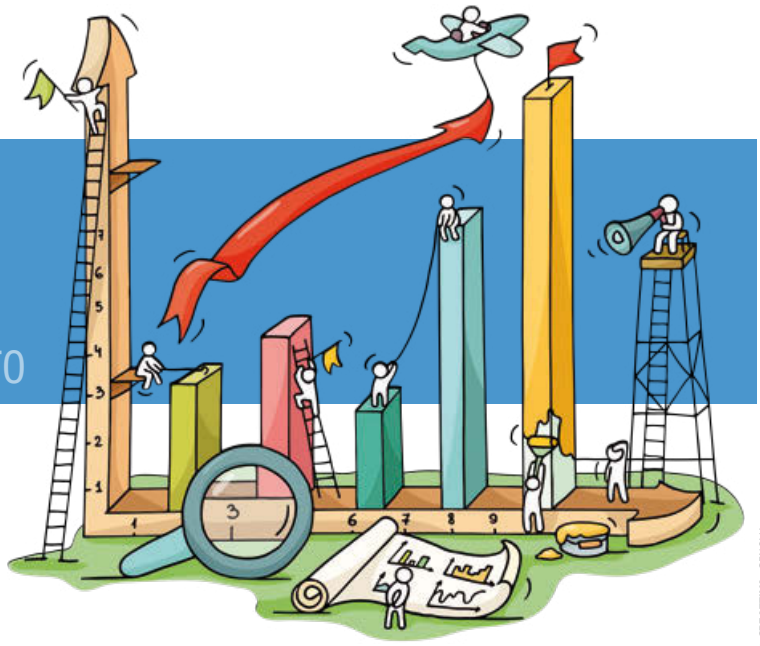
**La spesa per investimenti in Ricerca & Sviluppo dell'Italia è in crescita, se confrontata con quella degli anni precedenti, ma comunque al di sotto della media europea. Il problema sta solo nella quantità di risorse messe a disposizione o anche in un sistema della ricerca che andrebbe ripensato?**

La lieve ripresa registrata è dovuta anche al fatto che gli stanziamenti pubblici hanno smesso di ridursi, ma c'è ancora molto da fare. Abbiamo una comunità accademica e della ricerca molto prolifica, che da sola genera quasi il 5% delle pubblicazioni scientifiche mondiali, secondo l'indice World of Science, e con un impatto in aumento. Ciò nonostante, la produzione di brevetti continua a essere al di sotto di Paesi come Germania e Francia: occorre lavorare per trasformare le potenzialità della ricerca in una proprietà intellettuale valida e utilizzabile industrialmente. E poi i nostri ricercatori hanno stipendi troppo bassi rispetto agli altri Paesi e agli anni di formazione necessari per entrare in queste professioni: bisogna recuperare il gap relativamente alla remunerazione, ma anche all'equilibrio di genere. E bisogna poter garantire ai ricercatori anche più flessibilità: il sogno è arrivare a un sistema di reclutamento europeo e alla portabilità della posizione in tutti i centri di ricerca europei, così da favorire l'Europa intera - e non solo l'Italia- nella sfida globale.●

CONFINDUSTRIA GENOVA

# Il capitale nelle imprese

## CICLO DI SEMINARI DI APPROFONDIMENTO



© CREATTIVA - GENOVA

## MARZO.MAGGIO.2022

## SaveTheDate

Il rilancio delle imprese passa attraverso un'azione decisa e capillare di capitalizzazione. Questa è la sfida più importante per il nostro Paese, in quanto maggiore capitale di rischio permette sia di disporre di liquidità per fronteggiare le difficoltà che abbiamo toccato con mano in questi ultimi due anni, ma soprattutto di avere la solidità adeguata per progettare la crescita.

Più capitale di rischio significa anche avere più merito creditizio e più facile accesso al credito bancario.

Il programma di seminari si propone 2 obiettivi principali: i) sviluppare la consapevolezza dell'importanza della crescita dimensionale e ii) illustrare in modo concreto i diversi strumenti che la finanza mette a disposizione per raggiungere tale obiettivo.

Come capitalizzare le imprese? Non esiste un'unica ricetta, anche se il bisogno è il medesimo e in modo trasversale investe i due milioni di aziende presenti in Italia. Questo perché le aziende hanno dimensioni diverse, operano in settori e filiere differenti e non si può pensare a un intervento generalizzato con un unico strumento.

Nello stesso tempo, il capitale di rischio non è solo uno strumento finanziario, ma è il crocevia di ambiti molto diversi della vita dell'impresa, che comprendono le scelte di investimento e strategiche, la governance, le relazioni interne alla famiglia proprietaria, la dimensione di natura fiscale.

Il programma di seminari sulla capitalizzazione proposto da Confindustria Genova coinvolge autorevoli docenti dell'Università di Genova e dell'Università Bocconi e intende affrontare queste diverse dimensioni, con un format che coniuga in ciascun seminario una presentazione di taglio accademico di inquadramento della problematica, una presentazione più operativa e concreta e la testimonianza di un imprenditore che riferisca la propria esperienza vissuta in prima persona.

su piattaforma ZOOM Confindustria Genova

**La partecipazione al Kickoff webinar del 16 marzo è gratuita.**
La quota di partecipazione all'intero ciclo di seminari è di € 500,00+IVA ad azienda.

**Per Informazioni:** Confindustria Genova - Servizio Organizzazione eventi
eventi@confindustria.ge.it - tel. 010 8338.475 / 426 / 338

### 16 MARZO ORE 11.30-12.30

**Kickoff webinar**

Saluti

**UMBERTO RISSO** *Presidente Confindustria Genova*

Introduzione

**MARIA CATERINA CHIESA** *Vicepresidente Confindustria Genova con delega a Finanza e Internazionalizzazione*

**ANDREA RAZETO** *Presidente Piccola Industria Confindustria Genova*

**LUCA BELTRAMETTI** *Preside Scuola di Scienze Sociali, Università di Genova*

Promuovere, sostenere e gestire la crescita

**FABIO TAMBURINI** *Direttore Il Sole 24 ORE*
intervista
**ORNELLA BARRA** *Chief Operating Officer - International, Walgreens Boots Alliance*

### 29 MARZO ORE 15.00-19.00

**La necessità di crescere**

### 13 APRILE ORE 9.00-13.00

**La capitalizzazione e l'apertura del capitale: la dimensione finanziaria e strategica**

### 26 APRILE ORE 9.00-13.00

**La capitalizzazione e l'apertura del capitale: la dimensione degli assetti proprietari e della governance**

### 11 MAGGIO ORE 9.00-13.00

**La crescita dimensionale delle imprese. La variabile fiscale**

*Coordinatore scientifico:*
**LUCA BELTRAMETTI** *Preside Scuola di Scienze Sociali, Università di Genova*

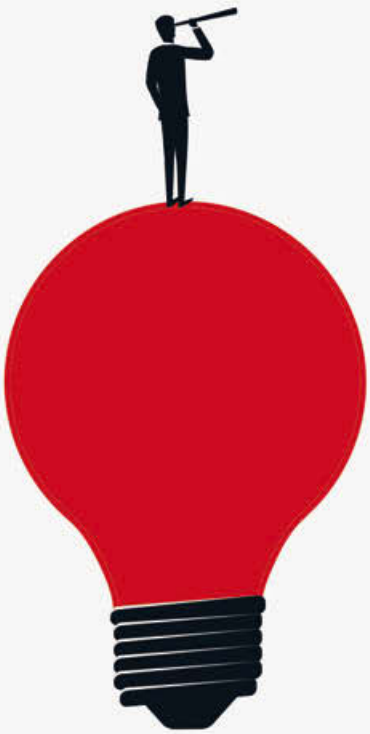
www.confindustria.ge.it

IN COLLABORAZIONE CON

HANNO PARTECIPATO

PARTNER ISTITUZIONALE

Quando
cerchi
il budget
per la
comunicazione



Quando
lo trovi

Per la pubblicità su Genova Impresa
e Genova Impresa settegiornineews
contattaci

1983 ggallery group

010 888871 genovaimpresa@ggallery.it

# PNRR

# #TransizioneDigitale

## M1. Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo

di Tommaso Profeta

# Missione 1

## Capitale umano, sicurezza e competenze tecnologiche al centro della nuova sfida del PNRR e della trasformazione digitale.

**Parlare di digitalizzazione** può apparire scontato: rivoluzione digitale, quarta rivoluzione industriale, trasformazione sono termini che accompagnano costantemente il nostro quotidiano.
Si tratta tuttavia di un fenomeno complesso, frutto di un processo lungo, iniziato nella sua accezione più moderna durante la seconda guerra mondiale e nell'immediato dopoguerra, che si è sviluppato nel tempo con un'accelerazione crescente, uscendo dagli ambiti militari e di ricerca per entrare a pieno titolo nella vita di istituzioni, imprese e cittadini. La pandemia, poi, ha sancito definitivamente il ruolo della digitalizzazione come elemento abilitante sia per il lavoro sia per l'accesso a servizi essenziali. È stato un punto di non ritorno da cui muovere per il completamento del percorso di digitalizzazione del Paese e per l'utilizzo di tecnologie evolute per migliorare la sicurezza e la qualità della vita dei cittadini e la competitività delle imprese.
Per questo la Commissione Europea ha comunicato, attraverso il Digital Compass, obiettivi ambiziosi sulla strategia per la trasformazione digitale di pubbliche amministrazioni e imprese: entro il 2030 il 75% delle aziende europee utilizzeranno tecnologie Big Data, Intelligenza Artificiale e Cloud per valorizzare l'enorme quantità di dati prodotti dal numero sempre crescente di dispositivi connessi, con un aumento significativo della spesa per l'introduzione di tecnologie innovative, quali IA da 17.3 miliardi di dollari nel 2021 a più di 50 miliardi di dollari nel 2025. Un tema, questo, che deve essere indirizzato in chiave strategica sovranazionale europea: l'Europa infatti deve aumentare la propria capacità di essere indipendente attraverso una strategia di valorizzazione e protezione dei dati che coinvolga in modo sinergico tutti gli attori. Strategia che deve essere basata su norme e standard ispirati ai valori europei.
In linea con la strategia europea, il Piano Nazionale per la Ripresa e la Resilienza pone tra gli obiettivi della prima Missione il promuovere e sostenere la transizione digitale del Paese attraverso una serie di misure che vanno dalla diffusione della Banda Ultralarga, agli incentivi per la transizione digitale e per l'adozione di tecnologie innovative. Misure che includono la digitalizzazione della PA e il rafforzamento delle competenze digitali, il sostegno alle filiere e all'internazionalizzazione e investimenti per lo sviluppo del settore spaziale, il rilancio del turismo e dei settori culturali con approcci innovativi e sostenibili.
A questo punto diventa dunque cruciale l'uso che PA e Aziende stanno facendo e faranno delle tecnologie digitali. Infatti, la maturità digitale di un'organizzazione non si valuta dall'aver adottato una specifica tecnologia, ma dall'aver integrato le scelte di adozione di tecnologie digitali alle proprie strategie di business. Si tratta di processi di cambiamento che devono coinvolgere non solo il top management o gli esperti di tecnologie ma tutta la popolazione dell'impresa. È in questo modo che la digitalizzazione diventa un mezzo per affrontare le complessità e migliorare la competitività. Questo implica il fatto che le scelte tecnologiche digitali non siano e non debbano essere le stesse per tutte le realtà, ma vengano adattate ai processi e alle peculiarità dell'impresa.
La sfida più impegnativa per il Paese sarà allora quella di riuscire trasformare l'adozione delle nuove tecnologie in valore per la produzione, sfruttando, ad esempio, i big data, che rappresentano la vera cinghia di trasmissione della trasformazione digitale. Ed è in questo senso che il PNRR interviene: come fattore abilitante della trasformazione del dato

in valore. Dal momento che sono beni intangibili, i big data hanno un valore difficile da stimare ma potenzialmente altissimo per l'azienda e per tutti gli stakeholder che le ruotano intorno: basti pensare che l'Europa stima la crescita del valore dell'economia dei dati UE da circa 300 miliardi di euro a 830 tra il 2018 e il 2025. Trasformare in valore i big data significa saperli sfruttare per aumentare nel concreto la produttività grazie a un utilizzo sapiente e in ottica strategica delle tecnologie digitali.

Ma per poterlo fare occorrono risorse economiche e conoscenza. Ed ecco che il capitale umano si affianca al capitale dei dati per estrarre il vero valore della trasformazione digitale, perché l'applicazione delle tecnologie digitali all'interno di una realtà industriale richiede in primis una grande consapevolezza da parte dell'intera popolazione aziendale. Secondo le ultime stime del Future of Jobs report del World Economic Forum, infatti, entro il 2025 l'impatto della trasformazione digitale sull'automazione causerà l'esigenza di riqualificare le proprie competenze per circa 85 milioni di lavoratori a livello globale creando 97 milioni di nuovi posti di lavoro con nuove professionalità digitali, quali Big Data Analyst ed esperti di IA e Machine Learning.

Altro elemento di vera sfida della trasformazione digitale è rappresentato dalla sicurezza. Garantire la sicurezza informatica è indispensabile per assicurare la continuità operativa di organizzazioni il cui modello di business è ormai basato sui dati e per tutelare la sicurezza dei dati sensibili di istituzioni, aziende e cittadini. Abbiamo assistito ad attacchi sempre più numerosi ed evoluti, che approfittano dell'ampia superficie di attacco offerta da ecosistemi digitali sempre più interconnessi nel cyberspazio. Nella prima metà del 2021 sono stati registrati 1,5 miliardi di attacchi a dispositivi connessi in rete e si stima che più di un terzo delle organizzazioni a livello mondiale sia stata vittima di un attacco ransomware o di un data breach nei precedenti 12 mesi. Tali minacce si stanno imponendo anche e soprattutto come un pericolo concreto per la sicurezza nazionale in quanto offrono a nazioni ostili, attori state-sponsored e gruppi criminali uno strumento estremamente efficace ed economico per influenzare gli equilibri geopolitici, offrendo nel contempo un relativo anonimato. Conseguentemente, occorre adottare un approccio normativo che garantisca la sicurezza dei dati e delle informazioni critiche nel contesto dell'autonomia strategica e della sovranità nazionale ed europea.

Per contrastare il pericolo di attacchi cyber, assicurando una transizione digitale sicura del Paese e dei suoi territori, è necessaria la collaborazione di tutti gli attori che sono chiamati a garantire, ciascuno nell'ambito del proprio ruolo, la sicurezza nazionale, creando così un tessuto culturale ricettivo, costituito da competenze digitali e di sicurezza sinergiche e da persone addestrate su scenari realistici in modo che dispongano di capacità strategiche e tecnologiche per fare fronte comune contro i nuovi rischi.

Un percorso, quello della digitalizzazione, critico e impegnativo ma, proprio per questo, ricco di opportunità e strategico, anche in termini di disegno di una nuova società più sostenibile, in cui le persone siano al centro di uno sviluppo sociale, economico, inclusivo e resiliente del Paese: più forte, dunque, di fronte alle crisi, e innovativo nel modo di fare business e di essere competitivo anche sui mercati internazionali.●

Tommaso Profeta è Vicepresidente Confindustria Genova
con delega alla Transizione digitale

di Paolo Piccini

DIH LIGURIA
Digital Innovation Hub

# Risultati concreti

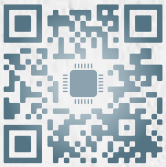
DIH Liguria: “nodo” della rete nazionale dei DIH di Confindustria e della rete dei DIH promossi dall’Unione Europea.

**Sono passati** circa cinque anni da quando Confindustria ha raccolto la sfida lanciata dal Piano Nazionale Impresa 4.0 di creare un network per promuovere e sostenere i processi di digitalizzazione delle aziende. Stiamo parlando della rete dei Digital Innovation Hub di Confindustria che conta a oggi 22 "nodi", di cui uno sul territorio ligure, il DIH Liguria.
Nella nostra esperienza, fin da subito è stato chiaro come il territorio, oltre ad avere necessità di discernimento circa le opportunità date dalle tecnologie digitali, esprimesse un set di competenze in materia non altrettanto presenti e concentrate nelle altre regioni d'Italia. Ciò è stato confermato dal rapido ingresso in associazione di 23 Soci sostenitori, che nel tempo sono diventati 41: grandi player industriali, PMI, startup innovative, centri di ricerca, università ed enti di formazione, operatori finanziari, istituzioni, associazioni, poli, cluster tecnologici. Da quel momento in poi, il DIH Liguria ha avuto una costante crescita nella sua struttura, dalla costituzione di un Comitato Tecnico Scientifico al consolidamento e ampliamento del Consiglio Direttivo, restando comunque un'organizzazione snella e agile.
Anche i progetti e le iniziative si caratterizzano per la crescente complessità. Possiamo citare ad esempio "AENet 4.0", in partnership con Ansaldo Energia (prima "fabbrica faro" italiana per la digitalizzazione), con il quale DIH Liguria, in collaborazione con i nodi gemelli di Lombardia, Piemonte, Toscana, Veneto, Emilia Romagna e Campania, ha operato per l'assesment di oltre 100 fornitori strategici che operano nella supply chain dell'azienda, al fine di fotografare il proprio livello di maturità digitale e tracciare delle road map che accelerino e finalizzino a obiettivi di maggiore competitività i programmi di trasformazione digitale. L'attività ha aperto la strada a progetti analoghi implementati sulle catene di fornitura di Leonardo e Hitachi Rail Italy, estendendosi poi al comparto dei prodotti chimici ed energetico petroliferi di Confindustria Genova, il raggruppamento delle imprese associate che gestiscono il complesso di infrastrutture, stabilimenti, impianti e mezzi di trasporto necessari all'approvvigionamento, allo stoccaggio, al trasporto e alla trasformazione dei prodotti chimici ed energetico petroliferi.
Iniziative come questa hanno consentito di maturare l'esperienza necessaria ad ampliare i servizi erogati dall'Associazione, nel loro numero e complessità, andando a individuare sei ambiti di azione.

**1) Orientamento al business:** gli strumenti messi in campo per aumentare il livello di consapevolezza circa le opportunità di innovazione tecnologica sono vari e tra questi un modello che sul territorio ha riscosso un notevole successo è quello dei "Coffeetech", appuntamenti settimanali di un'ora, accessibili anche online e. quindi, almeno parzialmente preservati dalle limitazioni intervenute con l'emergenza sanitaria, tanto da avere raggiunto la soglia delle 150 edizioni. Un altro strumento è rappresentato dagli assesment, in particolare attraverso il Test Industria 4.0, che consente di realizzare una fotografia del livello di digitalizzazione delle aziende. Negli ultimi mesi dello scorso anno è stato elaborato un modello di assesment in grado di valutare il grado di predisposizione dell'organizzazione a mantenere e/o sviluppare processi di Smart Working nel cosiddetto "new normal". Sempre in questo ambito, una delle attività più importanti nasce dell'accordo con il Centro di Competenza per la sicurezza e l'ottimizzazione delle infrastrutture strategiche Start 4.0, in virtù della quale il DIH Liguria svolge per conto dello stesso attività di orientamento alle imprese.

**2) Startup innovative e Open Innovation:** la più recente esperienza in questo ambito è il progetto Scout&Map, concluso il mese scorso, che nasce come proposta avanzata da Confindustria Genova alle grandi aziende associate quale strumento per far evolvere sul territorio catene del valore strutturate e orientate all'innovazione di prodotto e di processo mediante la promozione di collaborazioni tra le PMI/Startup innovative e le grandi imprese. Il DIH Liguria, incaricato di sviluppare e attuare il progetto per conto di Leonardo, Costa Crociere, Autostrade per l'Italia, Duferco Energia e Rina, si è occupato di individuare le competenze delle PMI e delle Startup liguri operanti nell'ambito delle tecnologie innovative, in modo tale da conoscere in modo più approfondito le realtà alle quali rivolgersi per valutare il loro coinvolgimento in progetti congiunti. Sono 85 le aziende che hanno risposto alla call, suddivise equamente tra PMI e startup innovative.

**3) Formazione al digitale:** l'Associazione sta portando a termine uno studio sulla domanda e offerta di formazione per la transizione digitale in Liguria. La formazione è lo strumento principale per adeguare il mondo del lavoro e, più in generale, la società ai cambiamenti dei modelli di sviluppo e alla trasformazione delle economie. In particolare, assume importanza fondamentale cogliere la transizione digitale che le società contemporanee stanno vivendo: investimenti sul capitale umano e competenze qualificate accrescono la competitività delle imprese e permettono di fronteggiare più facilmente gli shock economici. Con questa attività si vuole inquadrare la nostra regione nel panorama nazionale ed europeo in termini di competenze digitali possedute da lavoratori e cittadini, individuare le competenze digitali che possano essere oggetto di formazione, individuare i soggetti che erogano formazione ai fini della transizione digitale, indagare sui nuovi modelli di didattica e suoi luoghi adibiti alla formazione (es. fenomeno in crescita delle Academy). Il DIH Liguria non si occupa direttamente di formazione, ma è attivo in iniziative di carattere educativo volte a supportare i processi di trasformazione tecnologica, come nel caso di "A.Te.N.A". Si tratta di un progetto finanziato da Regione Liguria volto ad accelerare la formazione al digitale della Scuola e dei Centri di formazione professionale (CFP) liguri.



**4) Sviluppo dell'High-Tech sul territorio:** ImperiAware è forse una delle ultime attività di maggiore rilievo in quest'ambito. Il progetto vede come capofila Confindustria Imperia e consiste nel creare un nuovo polo tecnologico nella città di Imperia, al fine di favorire lo sviluppo economico della provincia, diventando una leva strategica per il business nell'IT. All'interno del polo si insedieranno aziende operanti nell'high-tech e, per favorire la contaminazione di idee, sono previste cinque sale riunioni comuni, spazi destinati al coworking e aperti anche a lavoratori e professionisti.

**5) Centro Studi e progetti di ricerca:** produrre, raccogliere e diffondere dati e informazioni circa la trasformazione digitale dell'economia e della società. Individuare il fabbisogno di innovazione digitale interrogando le realtà del territorio è una caratteristica che rende possibile la partecipazione a bandi europei in partnership con imprese che sviluppano tecnologie innovative. Questo permette di conoscere i bisogni puntuali da soddisfare e orientare di conseguenza la parte di sviluppo tecnologico. Inoltre, altro elemento presente in queste call, è la diffusione dei risultati dell'attività di ricerca oggetto della proposta presentata, altra attività presente nel portafoglio di servizi della struttura, attualmente sviluppati in partnership con imprese e centri di ricerca.

**6) Comunicazione e marketing dell'innovazione:** consolidare il networking dell'ecosistema ligure dell'innovazione, rappresentando le competenze in termini di formazione, prodotti e servizi tecnologici attraverso eventi, workshop, seminari, incontri one-to-one, B2B e newsletter che consentono di far nascere e mantenere attivi i contatti tra tutti gli attori dell'Ecosistema dell'innovazione ligure, sollecitando al contempo l'interesse sul tema della tecnologia. Tutto ciò ha permesso l'attivazione di un'ampia rete di relazioni in continua evoluzione, coinvolgendo persone ed enti pubblici e privati all'interno dei quali le persone studiano, ricercano o lavorano. Anche se ci sono elementi che i numeri non possono tracciare, per la misurazione delle performance vengono adottati alcuni indicatori che riportano a oggi un totale di circa 1.000 imprese coinvolte, l'organizzazione di 218 meeting e lo svolgimento di circa 140 assesment sulla maturità digitale aziendale.

Per una startup con 5 anni di attività alle spalle sono risultati di un certo interesse, anche se la sguardo deve necessariamente essere rivolto al futuro, per le sfide che verranno.●

Paolo Piccini è Presidente DIH Liguria

**SAN GIORGIO SEIGEN**
GENOA ITALY

Una delle più ardue sfide lanciate dall'attuale periodo storico è sicuramente quella riguardante la trasformazione digitale e San Giorgio Seigen (SGS), come molte altre PMI, ha intrapreso questo percorso "a ostacoli".
La difficoltà è legata al fatto che "imprese di vecchio stampo", oltre a dover acquisire figure professionali e strumenti adatti, devono operare un profondo cambio di mentalità. Tuttavia abbiamo compreso che la digitalizzazione dei processi aziendali è l'unico sistema per rinnovarsi e restare competitivi, a prescindere dal settore di business.
Grazie agli investimenti in digitalizzazione, abbiamo potuto apprezzare quanto sia importante poter contare su processi semplificati che migliorano l'efficienza e la flessibilità delle attività, con ricadute molto positive in termini di crescita delle competenze aziendali e di soddisfazione dei clienti.
Per San Giorgio Seigen, "fabbrica-vetrina" del Digital Innovation Hub Liguria, è stato interessante, inoltre, collaborare con altri soggetti operanti nell'ecosistema dell'innovazione. Con alcuni di essi, è stato presentato un progetto a valere su un bando Horizon 2020, volto a facilitare l'accesso delle PMI europee alla "Digital Twin Technology". Nello specifico, si è lavorato all'utilizzo di intelligenza artificiale per l'apprendimento automatico delle macchine presenti in fabbrica.
Collaborare in contesti simili, genera una dinamica win-win: chi domina le tecnologie ricerca soggetti pronti a testarle, e chi sta affrontando il processo di digitalizzazione può trarre beneficio dall'interazione con realtà altamente qualificate pronte a dimostrare come l'introduzione di tecnologie innovative nei processi di produzione possa contribuire a un significativo aumento delle performance.
In San Giorgio Seigen, il management ha compreso che un approccio digitalizzato all'infrastruttura IT può accrescere in modo rilevante il livello di efficienza e, allo stesso tempo, ridurre i rischi di errore e fermo macchina. Grazie all'attività di manutenzione predittiva, per esempio, si può riuscire, attraverso la misurazione di alcuni parametri, a determinare il tempo di funzionamento residuo prima del fermo macchina. La digital transformation consente di trovare le migliori soluzioni nel minor tempo: nessuna problematica viene tralasciata, anzi è prevenuta.■

Vittoria Grimaudo
*Controller Ufficio Acquisti e Servizi generali*

T&G

technology and groupware

Il digitale permette a ogni impresa di raggiungere qualsiasi mercato; non essere digitalizzati, al giorno d'oggi implica perdere un'opportunità unica. Un dato significativo è che ormai più del 60% degli Italiani acquista online, ma solo il 12% delle imprese italiane lavora con l'e-Commerce. Nonostante si parli da diversi anni della necessità della digitalizzazione, è stata la pandemia a contribuire all'apertura di nuovi scenari digitali.

I dati sulla sicurezza sul lavoro comprendono drammaticamente infortuni e decessi non adeguatamente diffusi tra i mass media. Secondo i dati forniti dall'Inail le denunce di infortunio sul lavoro presentate all'Istituto nel 2021 sono state 555.236 (+0,2% rispetto allo stesso periodo del 2020) mentre sono 1.221 (-1,8%) quelle per infortuni con esito mortale.

La necessità di affrontare questo problema con l'utilizzo della Tecnologia 4.0 ha portato alla presentazione del progetto europeo "Awareness 4 Safety" (A4S) nell'ambito della prima Open call del progetto DIH_WORLD - Widening Digital Innovation Hubs, finanziato dal programma H2020.

T&G Technology & Groupware Srl è la capofila del progetto in partenariato con il Digital Innovation Hub - DIH Liguria e che vede anche la collaborazione del SIIT - Distretto Tecnologico Ligure sui Sistemi Tecnologici Integrati.

Il progetto proposto è volto alla realizzazione di un esperimento con un prototipo costituito da dispositivi indossabili per migliorare la sicurezza dei lavoratori che operano nel settore della costruzione e nei porti marittimi. L'obiettivo è quello di utilizzare tecnologie antropocentriche basate su AR, IoT, AI per supportare il lavoratore in campo in condizioni di maggior sicurezza.

Per i partecipanti, il progetto (che ha una durata di sei mesi e si concluderà il 15 aprile 2022) rappresenta anche un'opportunità di interazione, scambio di conoscenze e competenze con altre realtà europee, utile alla crescita delle rispettive realtà aziendali e di ricerca.■

Paulo Rondo de Melo
*Proposal Coordinator R&D Gruppo FOS*

T.MARIOTTI

T.Mariotti è oggi un main player nella progettazione e costruzione di navi da crociera superlusso. Ognuna concepita per innovare: nessuna produzione in serie, con la necessità di bilanciare manifattura artigianale, progresso tecnologico e attualità.

Dalla fondazione nel 1928 abbiamo superato i 90 anni di attività e oggi stiamo diventando un'azienda giovane, con un notevole rinnovo generazionale tra le maestranze e negli uffici che gestiscono le nuove commesse. Questo ci aiuta ad accogliere il cambio di prospettiva, di mentalità, di strumenti.

La trasformazione digitale non coinvolge soltanto i dati e le apparecchiature, ma rende inevitabile una reingegnerizzazione dei processi e delle strutture organizzative.

La progressiva digitalizzazione non si considera più una novità, si sta aprendo piuttosto la strada a ridisegnare i metodi di lavoro valorizzando la centralità delle persone - nel nostro mestiere il know-how rimane fondamentale.

La tecnologia di cui si può fruire è varia, selezionare e metterla a disposizione della propria struttura in maniera utile è il vero punto di svolta.

Machine learning, gestione dei dati, nuovi modi di comunicare e collaborare generano opportunità e sinergie.

Ne è un esempio la nostra collaborazione con l'Istituto Italiano di Tecnologia e la linea di ricerca PAVIS (The Pattern Analysis and Computer Vision), al quale mettiamo a disposizione la simulazione di ambienti navali reali per studi di co-design e re-design volti a implementare sistemi di intelligenza artificiale.

PAVIS pone alla base delle proprie ricerche la dimensione spaziale e quella sociale, rilevando e identificando i comportamenti umani e le interazioni con l'ambiente in cui si relazionano.

Credo che la trasformazione digitale sia ormai un processo acquisito; il prossimo impegno è la sostenibilità, attraverso l'adozione di soluzioni che consentano di ottimizzare i metodi di lavoro e di impiegare materiali e tecnologie innovativi.■

Marco Ghiglione
*Managing Director*

di Enrico Castanini

# L'innovazione che riguarda tutti

## Tecnologie e servizi digitali introdotti dalla Pubblica Amministrazione regionale.

**Non solo la tecnologia** digitale, ma anche la sicurezza è cruciale per definire nuovi processi che interessano tutti. Il digitale è parte integrante del vivere quotidiano di tutte le persone, non più una prerogativa di determinate categorie o settori, o di alcune fasce della popolazione.
L'amministrazione regionale investe sulla digitalizzazione da tempo, avendo individuato in questo processo un percorso di innovazione imprescindibile e irreversibile, già ben prima che la pandemia determinasse questo cambio di passo.
Il fatto che questo nuovo corso di innovazione abbia nella pubblica amministrazione il suo propulsore è indice di una società che funziona, poiché uno dei compiti del settore pubblico è supportare la società in questo processo di transizione al digitale, riuscendo a far comprendere tutte le opportunità che questo comporta in termini di: sviluppo, posti di lavoro, crescita economica, competenze, semplificazione e, in buona fine, benessere.
Con l'obiettivo di individuare le strategie migliori per potenziare l'efficienza del sistema pubblico regionale, di migliorare la qualità dei servizi per cittadini e imprese, di accrescere la competitività della Liguria - oltre che di far fronte all'emergenza Covid-19 - la Giunta regionale, un anno fa, ha nominato un Commissario per l'innovazione digitale della pubblica amministrazione in ambito regionale.
Da parte mia, ho accolto questo nuovo incarico con la consapevolezza della grande responsabilità che mi è stata affidata: è in gioco la Liguria che lasceremo in eredità alle nuove generazioni.
Dalla prospettiva del Commissario, il PNRR rappresenta un'opportunità economica straordinaria per accelerare il cambiamento e mi preme sottolineare la perfetta convergenza tra gli obiettivi del PNRR e ciò che la Regione Liguria con Liguria Digitale sta costruendo ormai da diversi anni.
Come primo passo, ho ritenuto fondamentale coinvolgere le diverse realtà del territorio ligure, istituendo quattro board improntati su diverse direttrici di lavoro: Digital Next

Generation, sanità, innovazione nella sanità pubblica, impresa e sviluppo economico. Senza un metodo partecipativo che favorisce l'indispensabile contributo di queste eccellenze - tra le altre: Confindustria Genova, Università di Genova, IIT, Regione Liguria - non è possibile immaginare un vero cambiamento.
Nel progettare i nuovi servizi digitali per i liguri, il principio ispiratore è stato mettere al centro i bisogni e le esigenze del cittadino e fare della capacità di ascolto la forza di questo approccio. I servizi digitali della pubblica amministrazione devono rispondere ai bisogni dei cittadini e devono quindi essere semplici da utilizzare e in grado di facilitare la vita delle persone. Come sempre, sono stati i dati a guidare le azioni. Guardando le applicazioni già realizzate di maggior successo, stiamo studiando nuovi servizi che possano incontrare lo stesso gradimento da parte della popolazione.
Un esempio concreto è la ricetta dematerializzata, un servizio che abbiamo realizzato per Regione Liguria e che abbiamo lanciato nei primi tempi della pandemia: solo nelle prime due settimane di avvio sono state emesse 18.236 ricette dematerializzate, circa un terzo del volume complessivo di prescrizioni. Nel 2021 sono state più di 21 milioni (21.033.012) le ricette inviate, tra specialistiche e farmaceutiche, con una media giornaliera di oltre 74.850.
Prenotovaccino, la piattaforma digitale che abbiamo utilizzato per la campagna vaccinale della Liguria, è un altro esempio di servizio digitale semplice e fruibile da un largo pubblico: pur non avendo mai sostituito completamente i canali tradizionali, che hanno affiancato fin dal primo momento la prenotazione online (il numero verde, gli sportelli Cup, le farmacie), è stata in grado di canalizzare fino ad oggi più della metà delle prenotazioni. Questo significa che quando un servizio digitale è davvero in grado di intercettare le esigenze dei cittadini, quando è facile e veloce da utilizzare, viene scelto in maniera preferenziale, intercettando anche gli utenti tradizionalmente meno avvezzi alla tecnologia.
In questo modo l'innovazione diventa lo strumento che fa risparmiare tempo, denaro e burocrazia. L'ottica - che può essere solo quella pubblica - non è solo la crescita economica, ma il miglioramento qualitativo per la vita dei cittadini, senza distinzioni anagrafiche.
I temi dell'accessibilità e della user experience ci stanno infatti particolarmente a cuore: creare servizi accessibili significa essere inclusivi e offrire strumenti che tutti possano utilizzare e che possono davvero migliorare la vita delle persone.
L'insieme dei nuovi progetti che pensiamo possano ottenere i finanziamenti della prima misura del PNRR - dedicata alla digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo - è caratterizzato da tre dimensioni fondamentali: infrastrutture tecnologiche, servizi digitali, competenze nei processi di cambiamento e innovazione, dati. Una seconda dimensione è data dagli ecosistemi, ambiti nei quali le azioni previste avranno un impatto, nello specifico: sanità e servizi socio-assistenziali; territorio, ambiente e mobilità; istruzione, formazione e lavoro; turismo, sport e cultura; sviluppo economico e agricoltura; funzionamento della PA regionale.
La terza dimensione è data dai soggetti beneficiari, a cui sono destinate le azioni previste: Regione, enti territoriali, persone, imprese, network dell'innovazione, soggetti extraregionali.
Si tratta di un piano articolato, declinato in numerosi progetti nati dal confronto con gli stakeholder del territorio: dall'IRCCS a indirizzo tecnologico-computazionale di Erzelli alle diverse articolazioni dei servizi per la sanità, dagli strumenti digitali per il turismo alla mappatura delle esigenze digitali del territorio.
Un'azione sistematica deve necessariamente essere supportata da un approccio metodologico solido. In questo caso, sono stati utilizzati e integrati due differenti approcci: uno Top-Down, che tiene conto di tutte le indicazioni dei documenti di programmazione e normativi, e uno Bottom-Up, che invece esamina le esigenze nate dal "basso", dal confronto con gli stakeholder e con le comunità locali. L'aver adottato questo duplice sguardo, se da un lato permette di rimanere aderenti alla linea che i riferimenti normativi, imprescindibili, impongono, dall'altro garantisce che siano ascoltate le voci di chi sul territorio lavora quotidianamente: questi soggetti hanno un punto di osservazione privilegiato, conoscono le debolezze ma anche i punti di forza del sistema esistente e possono quindi proporre ciò di cui davvero il contesto di riferimento ha bisogno.
Questo metodo di lavoro non è una novità, ma costituisce una delle cifre del lavoro intrapreso dalla Regione Liguria in questi anni. Ne è un esempio il teleconsulto, che è stato realizzato coinvolgendo fin da subito direttamente i professionisti di medicina generale, l'Ordine dei medici chirurghi e degli odontoiatri, le organizzazioni sindacali di medici e farmacisti e gli specialisti del reparto di Malattie infettive dell'ospedale Policlinico San Martino, diretto dal professor Matteo Bassetti: i risultati ottenuti sono stati stupefacenti e il teleconsulto ha tutte le potenzialità per diventare da best practice legata al più grande ospedale del capoluogo a modalità di lavoro diffusa sul territorio ligure.●

Enrico Castanini è Commissario per l'innovazione digitale
della pubblica amministrazione in ambito regionale

## LIGURIA DIGITALE E POLIZIA POSTALE SU CYBER SECURITY

Liguria Digitale e il Compartimento Polizia Postale e delle Comunicazioni per la Liguria, organo periferico del Dipartimento della Pubblica Sicurezza che si occupa di prevenzione e repressione dei reati informatici, hanno firmato un protocollo d'intesa, che prevede azioni di prevenzione e di contrasto per tutti gli accessi illeciti che tentano di interrompere servizi di pubblica utilità, di sottrarre informazioni e di introdursi nei sistemi informatici e nelle reti delle pubbliche amministrazioni liguri. Tra queste sono annoverate infrastrutture sensibili di interesse pubblico. L'intesa prevede anche lo scambio di dati per la realizzazione di soluzioni tecnologiche.■

# Protagonisti del cambiamento

I grandi progetti in corso renderanno Genova più attrattiva sotto molti punti di vista. Ai cittadini, spiega Daniela Boccadoro Ameri, Presidente dell'Associazione Genova Smart City, spetta un ruolo di primo piano.

Daniela Boccadoro Ameri

**Genova ha iniziato** il percorso verso la "smart city" più di dieci anni fa, nel 2010. L'obiettivo delle città intelligenti è migliorare la qualità della vita delle persone attraverso uno sviluppo sostenibile basato su ricerca, innovazione e alta tecnologia. A due anni dall'inizio dell'emergenza da coronavirus, è giunto il momento, ormai, in cui occorre un forte rilancio del processo, per poter guardare con fiducia al futuro di una città che punta a occupare un ruolo strategico in prospettiva nazionale ed internazionale. L'Associazione Genova Smart City è un network di piccole, medie e grandi imprese strategiche per portare avanti il progetto di riqualificazione smart della Superba, in sinergia con il Comune di Genova, le istituzioni e i centri di ricerca, tramite una logica di pianificazione integrata. A Daniela Boccadoro Ameri, che dell'Associazione è Presidente, abbiamo chiesto un aggiornamento sullo stato dell'arte.

**Qual è il programma delle attività prossime venture dell'Associazione?**
Il programma di attività che stiamo deliberando in questi giorni sarà portato avanti da una squadra di Presidenza (della quale fa parte il vice Presidente Alfredo Viglienzoni) e da una segreteria completamente rinnovata. In questa fase di rilancio dell'associazione, abbiamo ritenuto strategici la costituzione di un Comitato Tecnico-Scientifico e l'inserimento di un project manager dedicato. Gli argomenti che abbiamo in agenda sono molti, e tutti importanti: dall'energia alla mobilità, dall'urbanistica alla formazione, dalla cultura al turismo; ci occuperemo di Blue Economy, portualità e logistica, con un occhio particolare al problema/opportunità di cavi e Data Center. E ancora: silver economy e sanità. Il tutto raggruppato in cluster, per meglio creare sinergie e collaborazione tra le imprese. Abbiamo in programma un incontro il 14 marzo dal titolo "Smart Start" nella sede della facoltà di economia dell'Università degli studi di Genova al quale parteciperanno le startup liguri e gli enti che si occupano di sviluppo di innovazione digitale. Ad affiancare il nostro lavoro sul campo ci saranno azioni di confronto e iniziative con le altri città smart italiane e straniere e una campagna di comunicazione sui social e sul sito web.

**Genova Smart City ha un ruolo rispetto al PNRR?**
Senz'altro sì. La partecipazione dell'Associazione al PNRR viene portata avanti con gli enti pubblici, in particolare con lo Sviluppo Economico del Comune di Genova, ma in aperta collaborazione con la Regione Liguria, Liguria Digitale, l'Università di Genova, l'IIT, il Cnr e gli altri principali centri di ricerca attivi sul territorio. Per allargare la nostra prospettiva, e metterla in proficuo confronto con modelli di riferimento ed esperienze analoghe alla nostra, stiamo preparando delle

partnership con altre smart city italiane, a partire dal Nord-Ovest. Ma ci stiamo muovendo anche in un'ottica europea.

**Molti dei progetti già avviati stanno trasformando la città di Genova in un ambiente più attrattivo e sensibile ai temi della sostenibilità ambientale. Tuttavia, la cittadinanza sembra non averne ancora acquisito sufficiente consapevolezza. È così?**

Premesso che le prestazioni urbane di una città dipendono non solo dalla dotazione di infrastrutture materiali, ma anche, e sempre di più, dalla disponibilità e qualità della comunicazione, della conoscenza e delle infrastrutture sociali, basta citare alcuni di questi progetti per rendersi conto della portata epocale dei mutamenti in corso. In un breve giro d'anni il volto della nostra città è destinato a cambiare a livello strutturale. Con esso, cambieranno anche le sue potenzialità turistiche ed economiche e, non ultime, la qualità della vita, e la nostra stessa percezione della sua attrattività. Cito, per come mi vengono in mente, le più notevoli fra le novità in corso d'opera: il Parco del Polcevera, lo skytram della Valbisagno, il Waterfront di Levante, la Cabinovia e il Parco dei Forti, la rigenerazione urbana di Pra', il progetto Caruggi e Centro Storico, il tunnel sub-portuale, la diga foranea, l'Hennebique e Ponte Parodi. Questi solo per citarne alcuni dei tanti che sono in corso di progettazione. Per chi conosce bene questi progetti e ha una visione d'insieme di cosa rappresentano, la Genova smart è già oggi un cantiere aperto in vista di uno sviluppo urbano integrato. Un futuro sostenibile, insieme green e tecnologico, che verrà supportato anche, per altre vie, dalle varie eccellenze nel campo dell'alta tecnologia attive in città.

**D'ora in avanti, quindi, uno dei compiti dell'Associazione sarà quello di comunicare di più, e meglio, i cambiamenti in atto?**

Genova sta facendo molti passi in avanti verso l'ideale della smart city. Il suo percorso di efficientamento e di movimento verso un'effettiva sostenibilità è in corso, ma è importante che la cittadinanza sia messa fin d'ora in condizione di comprendere ciò che sta accadendo. Ciò, anche per far sì che possa contribuire in modo attivo e partecipato alla gestione della "cosa" pubblica smart che gli si sta costruendo sotto agli occhi. Nei prossimi anni, ci impegneremo con vigore per comunicare e coinvolgere i cittadini di tutte le fasce di età, perché diventino parte integrante del cambiamento. Non dobbiamo mai dimenticare che la tecnologia, anche in futuro, dev'essere al servizio del cittadino, e non il contrario: offre soluzioni per vivere una città più semplice, più sicura, più aperta, più turistica e più attrattiva per imprese e cittadini. (R.M.R.)

di Enrico Pedemonte

# Vis-à-vis ...col digitale

Ogni percorso di innovazione
inizia con l'apertura al cambiamento.

**Si sente spesso** parlare di digitalizzazione delle imprese; tutti i soggetti pubblici o privati, a livello locale, nazionale o europeo (istituzioni, associazioni datoriali ecc.) che si impegnano per dare sostegno alle aziende hanno una qualche forma di "Agenda Digitale" che mira a favorire l'adozione di tecnologie digitali al fine di innovare i processi o i prodotti, e aumentare così l'efficienza e la competitività delle imprese.
Il tema è sul tavolo da diversi decenni, ma negli ultimi anni ha avuto una forte impennata anche a livello mediatico coniando termini come "Industria 4.0", "Transizione Digitale" ecc., di volta in volta declinati in vari modi per attrarre l'attenzione degli imprenditori e dei manager al fine di stimolare l'avvio dei progetti di innovazione digitale.
Le azioni messe in campo sono state molte e in molte direzioni, ma se dopo tanto tempo continuiamo a parlarne, vuol dire che comunque c'è ancora tanto lavoro da fare.
Il tessuto delle PMI, asse portante dell'economia italiana, ha avuto un approccio al tema molto variegato. Se da un lato un'esigua percentuale di aziende "coraggiose" e "illuminate" ha abbracciato il digitale con convinzione e ha ottenuto risultati entusiasmanti, la grande maggioranza delle PMI ha invece avuto un approccio timido e talvolta dettato più da opportunità di finanza agevolata che da una vera e propria strategia di innovazione.
È il caso, ad esempio, di alcuni progetti "Industria 4.0" dove, per consentire l'accesso all'iper-ammortamento di costosi macchinari, sono stati studiati processi di interconnessione e integrazione che hanno portato innovazione solo sulla carta, di fatto vanificando il vero obiettivo dell'incentivazione.
La principale motivazione di questo atteggiamento, a mio modo di vedere, è da ricercare prevalentemente nella mancanza di cultura digitale di tanti imprenditori e manager, che si manifesta in una forte resistenza al cambiamento. Magari hanno in mano lo smartphone più moderno e non faticano a usare un'app per fare un bonifico, comprare su Amazon o guardare una partita su una piattaforma digitale, ma non riescono a vedere che, allo stesso modo, la loro azienda potrebbe fornire ai propri clienti un'app per verificare lo stato di avanzamento di un ordine o informazioni relative a un contratto di servizio o molto altro ancora.
Alcuni passi, però, sono stati compiuti, anche se perlopiù spinti da cause di forza maggiore. Un esempio ben riuscito, se pur non senza difficoltà, è rappresentato dalla fatturazione elettronica. Fino a pochi anni fa non erano poche le aziende che ancora inviavano le fatture per posta (con il francobollo...). A dir la verità, alla sua introduzione l'obbligo di emissione delle fatture in formato elettronico è stato vissuto da molte piccole imprese come un elemento destabilizzante che le costringeva a complicare un processo "semplice". Con il concetto del "...abbiamo sempre fatto così..." diversi uffici amministrativi hanno tentato di resistere al cambiamento continuando a stampare sia le proprie fatture emesse che quelle ricevute dai fornitori per mantenere inalterati i processi interni consolidati, piegandosi al flusso elettronico solo per gli aspetti meramente obbligatori. Col tem-

po, fortunatamente, tante resistenze sono via via cadute e la dematerializzazione dei flussi di fatturazione, per altro ancora in evoluzione al giorno d'oggi, è ormai un tema consolidato e sta portando evidenti efficientamenti in tutte le aziende.
Allo stesso modo, l'emergenza sanitaria, che da oltre due anni ha condizionato il modo di vivere e lavorare dell'intero pianeta, ha contribuito a una rapida diffusione di tecnologie digitali che, pur essendo perfettamente sviluppate e disponibili già da diversi anni, non riuscivano a entrare nelle PMI per ragioni puramente culturali.
Al giorno d'oggi "fare una call" è un tema consolidato in tutte le aziende. Ogni cittadino di qualunque età ha preso familiarità con gli strumenti e le dinamiche delle "videoconferenze", dovendoci fare i conti per lavoro, per la scuola o per "salutare" parenti e amici, non potendo incontrarli di persona.
Questo rappresenta un cambiamento culturale forte che, per quanto si cercherà di tornare al piacere di un incontro vis-à-vis (per fortuna!), rimarrà comunque una pratica efficace, capace di ottimizzare i tempi e ridurre gli spostamenti con impatti positivi sia sui costi che sull'ambiente. Ma c'è di più... La limitazione agli spostamenti vissuta nei periodi di lockdown ha portato le aziende a "ingegnarsi" per svolgere "da remoto" anche attività che prima di allora erano "per definizione" in presenza (come ad esempio il collaudo di un apparato), con una riduzione dei tempi e dei costi impensabile fino a pochi anni fa.
Questi processi forzati di digitalizzazione ci portano a pensare che sia ancora molto ampio lo spazio per l'efficientamento delle aziende attraverso l'adozione delle tecnologie digitali. Ma quale può essere il sistema più efficace per colmarlo?
La risposta non è facile né scontata, e io, nonostante da molti anni sia impegnato, tutti i giorni a raccontare alle aziende come la digitalizzazione possa incidere significativamente sull'efficientamento e la crescita, non ho la soluzione in mano. Credo, però, che ci siano alcuni elementi che potrebbero giocare un ruolo significativo in questa partita; la cultura digitale e l'apertura al cambiamento sono sicuramente i facilitatori più importanti. Niente come "...abbiamo sempre fatto così..." rappresenta un ostacolo al cambiamento e all'innovazione.
Sempre sul piano culturale, un freno significativo è rappresentato dalla convinzione di essere "unici". Ciò che ha portato beneficio ad altri da noi non può funzionare perché "noi siamo diversi". Questa affermazione è al tempo stesso una splendida verità che trasmette identità e senso di appartenenza, ma anche una terribile menzogna alimentata dalla paura di cambiare, che pesa come un macigno sui percorsi di innovazione.
Credo che l'obiettivo principale di ogni "agenda digitale" sia proprio quello di promuovere la cultura del cambiamento, raccontando che altri lo hanno fatto e hanno ottenuto risultati e, tutto sommato, non sono così diversi, per cui la loro "ricetta" può essere efficace anche per noi.

di Matilde Orlando

# È nata creative

## Una “folle idea” dal grande potenziale.

Diego Cresceri

**Dal fondatore** dell'agenzia di servizi linguistici Creative Words, Diego Cresceri, è nata una nuova startup: Creative AI. Ci siamo fatti raccontare di cosa si tratta.

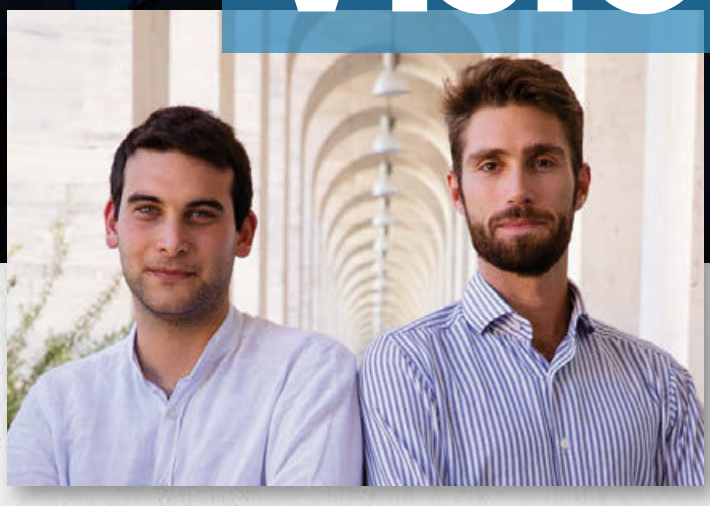
Come nasce Creative AI?
Creative AI nasce come "emanazione" di Creative Words. I servizi offerti da Creative Words, attiva dal 2016, sono sempre stati ampi e diversificati. Spaziano dalla traduzione di testi alla creazione di contenuti, dal testing di applicazioni software alle tecniche di SEO SEM, fino all'impaginazione grafica... Fin da subito, i nostri clienti hanno iniziato a chiederci ulteriori servizi che avrebbero ampliato il nostro raggio d'azione, come la creazione di testi volti a migliorare i sistemi di machine learning, alla base, ad esempio nei chatbox. Il numero di questo tipo di richieste è andato man mano crescendo, e ci ha portato a valutare seriamente l'ipotesi di sviluppare una realtà che ci aiutasse a offrire questi ulteriori servizi e gestirli al meglio. Così, a marzo dell'anno scorso, mi è venuta la "folle idea" di dare vita a Creative AI, startup innovativa con cui sviluppare la tecnologia necessaria per poter svolgere al meglio questi progetti e servizi aggiuntivi. Ne ho parlato con Davide Ferrando, commercialista esperto di consulenza societaria e tributaria che seguiva Creative Words, e con Thomas Snella, ingegnere francese che ha studiato a Dublino e che, proprio durante il suo dottorato, si era trasferito in Italia per un tirocinio come Software Automation Specialist in Creative Words. Entrambi hanno ritenuto che la nascita della startup fosse un'idea con grande potenziale e hanno deciso farne parte. Nel giro di un mese eravamo pronti, ed è nata Creative AI.

Di cosa si occupa la startup, più nello specifico?
Il nostro pane quotidiano è la gestione del dato: Creative AI fornisce data service che consentono di raccogliere, annotare e validare dati per sviluppare soluzioni e progetti innovativi di intelligenza artificiale. Più nello specifico, la raccolta dati per l'intelligenza artificiale è un'attività fondamentale per la buona riuscita di un progetto di machine learning, sebbene richieda parecchio tempo e risorse. Qualsiasi sia la natura del dato da trattare (immagine, audio, video, testo), ci assicuriamo che la qualità sia alta e che l'archiviazione avvenga secondo le modalità più adeguate, rispettando tutti gli standard di sicurezza. In base alle richieste del cliente, possiamo raccogliere i dati secondo due modalità: di persona o da remoto. La prima è più adatta a progetti che richiedono specifici requisiti e ambientazioni; la seconda si presta maggiormente per progetti che devono essere conclusi velocemente, archiviando una grande quantità di dati multilingua e di vario tipo. L'annotazione dei dati consiste invece nella categorizzazione di dati di varia natura per renderli riconoscibili ai sistemi di machine learning e utilizzarli nell'attività di training degli algoritmi. È importante sottolineare che i nostri servizi di annotazione dati combinano l'attività umana a quella dei modelli di machine learning: questa unione permette di ottenere risultati di alta qualità e, di conseguenza, di migliorare nettamente il risultato del progetto finale. Con il servizio di convalida dati, invece, verifichiamo che i dataset siano ottimizzati per essere processati correttamente nelle attività di training delle macchine. Questa fase permette non solo di verificare la qualità dei dati raccolti e annotati fino a quel momento, ma anche di testare e migliorare la funzionalità dei modelli di machine learning. Il processo di verifica può applicarsi anche al prodotto finale di un cliente: testiamo l'accuratezza dei sistemi di intelligenza artificiale multilingua già implementati e ci assicuriamo che funzionino correttamente. I nostri servizi di convalida dati - che possono essere sia automatici che manuali - consentono al cliente di lanciare nuovi progetti senza che gli utenti finali incorrano in errori e malfunzionamenti. Infine, ci occupiamo anche di altri servizi collaterali, come la trascrizione automatica per l'intelligenza artificiale, basata sulla nostra tecnologia in grado di trasformare i contenuti - audio, video e grafici - in testo, consentendo ai sistemi di IA di elaborarli più facilmente.

Qual è lo stato dell'arte e quali le prospettive future?
Oggi Creative AI è gestita in toto dai tre co-fondatori: io ne sono CEO e mi occupo di operations della startup, così come di Creative Words. Davide Ferrando ha un incarico esterno da CFO e segue tutti gli aspetti finanziari, mentre Thomas Snella è CTO, occupandosi a livello esecutivo dello sviluppo tecnologico. Con lui abbiamo automatizzato anche molti dei processi interni delle due società - Creative Words e Creative AI -, intervenendo anche su alcune criticità che noi stessi avevamo riscontrato, come la gestione della nostra rete globale di contributor. Abbiamo infatti un gran numero di collaboratori sparsi per il mondo, per lo più giovani, anche in virtù della collaborazione con la facoltà di Lingue dell'Università di Genova. Spesso studenti, laureandi e neo-laureati sono poco pratici in tema di fatturazione, e così abbiamo sviluppato un automatismo che permette a ciascuno dei nostri contributor di avere un "wallet" sulla nostra piattaforma, da cui è sempre possibile verificare il saldo e richiedere i pagamenti spettanti. In caso di transazioni superiori a determinate soglie, il sistema crea in modo automatico la relativa documentazione valida ai fini fiscali, nel pieno rispetto delle normative. Inoltre, stiamo implementando una app mobile: siamo già in fase di sviluppo avanzato, tanto che l'abbiamo già utilizzata in alcuni progetti e la stiamo per pubblicare su App Store. I servizi offerti da Creative AI trovano applicazione in molti contesti e settori, dall'healthcare all'automotive, alla guida autonoma e altro ancora. I casi sono tantissimi e ciascun ambito e progetto presenta le proprie specificità, per cui implementiamo moduli e strutture ad hoc sulla nostra piattaforma per gestirli al meglio. Attualmente i nostri clienti principali fanno parte del panorama internazionale e sviluppano, per esempio, sistemi di intelligenza artificiale, call center virtuali, chatbox, sistemi di riconoscimento facciale... Ci stiamo affacciando anche al mercato italiano, dove senz'altro non mancano le aziende "affamate" di dati. Con Digital Tree nascerà presto un percorso di incubazione e sviluppo della startup, nell'ottica di presentarci a investitori esterni in maniera ancora più solida. Creative AI sta crescendo velocemente, e nei prossimi mesi contiamo di espanderci ulteriormente anche con nuove assunzioni nell'area marketing, operations e sviluppo.

di Edoardo Durante

# Visionari



Giulio Bozzo e Andrea Marec

## Reasoned Art è la prima startup e società benefit italiana che si occupa di arte digitale.

**31 Dicembre 2021**. L'arco trionfale di Milano, meglio conosciuto come Arco della Pace, è diventato il protagonista di un evento che ha rappresentato una svolta fondamentale quanto necessaria per il mondo dell'arte e in particolare per quello dell'arte digitale. Lo studio artistico Ouchhh ha avuto la possibilità di video-proiettare sull'intera superficie del monumento l'opera "A.I. Dataportal Arch of Light", massima espressione di ciò che il duo di artisti di base a Istanbul definisce "data sculpture": un flusso di dati digitalizzati, in questo caso estratti da più di 20.000 opere appartenenti alla storia dell'arte italiana che, attraverso l'algoritmo di intelligenza artificiale, vengono riletti e rielaborati dando vita a una nuova e autentica opera d'arte. Ouchhh esplora e riflette sulla possibilità di intersezione tra i mondi apparentemente distanti dell'arte, scienza e tecnologia, ridefinendo così il futuro dell'arte stessa. L'opera, realizzata per l'occasione, comprende all'interno del proprio flusso i dati della mappa del firmamento italiano forniti direttamente dalla NASA e parte del nostro immenso patrimonio letterario digitalizzato. L'evento, che include un'esperienza in realtà virtuale, verrà venduto come NFT, rendendo così L'Arco della Pace il primo monumento della storia a entrare nel Metaverso. Ad aver reso possibile questa performance di portata mondiale, perché così può essere definita a tutti gli effetti, è stata la galleria Reasoned Art.

Prima startup e società benefit italiana che si occupa di arte digitale e che, seguendo un approccio etico e culturale, intende promuovere un cambiamento sistemico della società attraverso l'arte. I ricavati della vendita dell'opera di Ouchhh verranno utilizzati per sostenere la crescita e lo sviluppo di uno spazio educativo che promuova la riflessione e la sperimentazione negli ambiti dell'arte, scienza e tecnologia, seguendo le orme di progetti europei già esistenti come S+T+ARTS e New European Bauhaus.

Per capire meglio cosa sia diventata Reasoned Art dobbiamo fare un passo indietro. È il 19 ottobre 2019 e, negli spazi espositivi di Palazzo Rosso a Genova, viene inaugurata "Digital Collage Art: la Surrealtà tra ieri e oggi", la prima mostra a cura di Giulio Bozzo.

Al tempo ancora studente iscritto al corso di studi in Conservazione dei Beni Culturali presso l'Università di Genova, Bozzo esplora le possibilità di fruizione dell'arte digitale e, in particolar modo, la possibilità di compravendita di opere che a primo impatto non sono altro che un qualcosa di intangibile, etereo. Nasce così l'interesse per la Blockchain: tecnologia all'avanguardia su cui si basano le cryptovalute come Bitcoin, che garantisce la fiducia e la tracciabilità di ogni transazione e la sicurezza di un mercato secondario regolamentato da "smart contract" e auto-governato da communities autonome e decentralizzate meglio conosciute con l'acronimo "DAO".

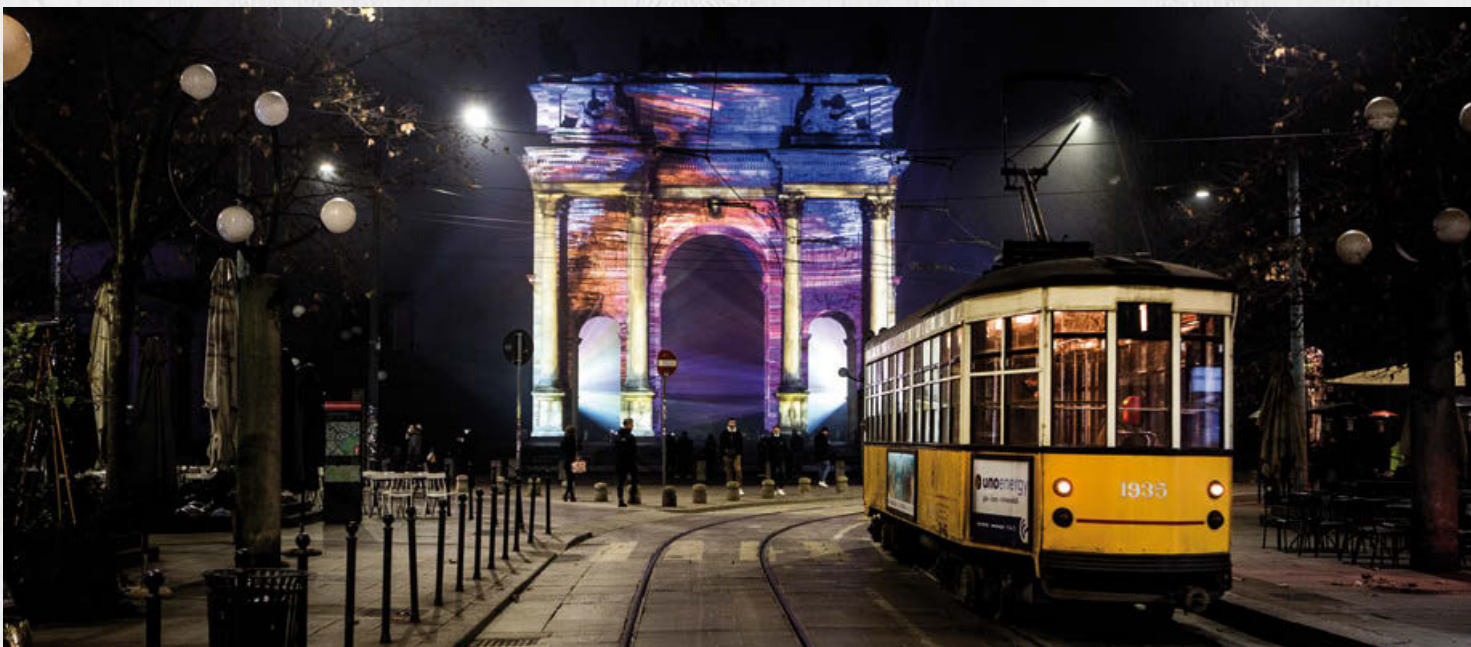
Nata perciò da un'idea visionaria nel 2019, Reasoned Art diventa startup innovativa nel gennaio 2021 con la fondazione da parte di Giulio Bozzo e Andrea Marec, laureato in Economics and Social Sciences all'Università Bocconi di Milano e all'Univeristà Keio di Tokyo.

Beneficiando di un round di investimento pari a 310 mila euro, a cui hanno partecipato l'imprenditore e collezionista di arte contemporanea, nonché presidente della casa d'aste Finarte Spa, Rosario Bifulco, e LVenture Group che, in seguito, ha selezionato la startup accompagnadola nel suo Programma di Accelerazione LUISS EnLabs, Reasoned Art oggi può vantare collaborazioni e partnership con importanti players del settore arte come il MEET di Milano (Digital Cultural Center), lo studio Pavesio e Associati with Negri-Clementi e Lara Facco Press Office. Reasoned Art è così diventata la prima galleria di arte digitale e la prima start up società benefit italiana dedicata alla tecnologia blockchain e agli NFT.

Basandosi su un approccio Onlife, neologismo del filosofo italiano Luciano Floridi, con il quale descrive una condizione di continua interazione tra la realtà materiale e analogica e la realtà virtuale e interattiva, Reasoned Art pone come obiettivo un approccio critico e curatoriale nei confronti di una materia emergente come l'arte digitale e la cryptoarte. La valorizzazione delle opere viene resa possibile attraverso l'organizzazione di eventi che abbattono le barriere di confine tra mondo reale e dimensione virtuale e si sviluppano seguendo tre direzioni ben precise: l'organizzazione e la curatela di eventi che coinvolgono spazi ed edifici storici come l'Arco della Pace, già citato in precedenza; la curatela di mostre in spazi legati alla sfera tradizionale del mondo dell'arte come istituzioni museali e gallerie (è il caso della mostra "Sui Genesis", svoltasi e da poco conclusasi in uno spazio celebre del panorama artistico milanese come Gluck 50); e infine la curatela di mostre decentralizzate che si servono di supporti come schermi e ledwall sparsi nei territori urbani della penisola intera. A questo proposito, il 10 giugno 2021 si è svolta, attraverso gli schermi digitali di più di trenta edicole di Milano, la prima mostra decentralizzata italiana, che ha visto come protagonisti artisti illustri come Annibale Siconolfi, Giuseppe Ragazzini e il collettivo fuse*, e a cui è seguita la vendita delle tre opere esposte per un totale di 25 mila euro.

In questo periodo è stato poi lanciato "Future Shock", un piano espositivo realizzato in partnership con Grandi Stazioni Retail, che riflette e illustra possibili sviluppi di differenti ambiti della vita umana nel futuro, che variano dalla ridefinizione architettonica degli spazi urbani alle proposte innovative in ambito fashion e food. Le opere verranno esposte per un totale di 15 minuti ogni due settimane sui megaschermi e ledwall delle più grandi stazioni italiane: Milano Centrale e Roma Termini e Tiburtina.

Edoardo Durante è curatore presso Reasoned Art



# Progetti di rinascita

La proposta per la rigenerazione del Borgo dei Fieschi a San Salvatore di Cogorno, un patrimonio monumentale di grande valore storico, artistico, architettonico e religioso.

**Nell'ambito della sessione** dedicata a Turismo e Cultura 4.0 (Misura 2. Rigenerazione di piccoli siti culturali, patrimonio culturale religioso e rurale - Linea di azione A) della Missione 1 del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, il Comune di Cogorno, con il contributo dell'Accademia del Turismo, del Villaggio del Ragazzo e dell'Associazione Tempi di Recupero, ha presentato a Regione Liguria il progetto "I paesaggi del gusto nel Tigullio. La rete dell'eccellenza nelle terre dei Fieschi".
Il progetto di rigenerazione riguarda il Borgo dei Fieschi di San Salvatore di Cogorno, una singolare polarità storico-culturale di assoluta rilevanza nell'ambito del Levante genovese. L'insediamento sorge ai piedi del versante Ovest del monte San Giacomo, sulla collinetta che domina la piana dell'Entella.
Qui s'incrociavano le due direttrici viarie più antiche e già prima dell'anno Mille vi sorgeva un edificio fortificato, "il Castello", residenza dei Conti di Lavagna ai quali era affidato il territorio interposto tra le contee di Genova e Luni. Il ramo principale dei Fieschi abitò il palazzo fino al 1139. L'antico borgo rimase nel tempo il centro amministrativo del feudo. Il potere economico dei Fieschi era ingente. Nel secolo XI controllavano una grande quantità di terre ecclesiastiche in tutto il Tigullio.
I loro coloni gestivano innumerevoli fondi coltivati a orto, vigna e alberi da frutto, uliveti, castagneti, prati da fieno e selve utilizzate per l'allevamento dei maiali.
Il monumento di altissima qualità del Romanico genovese che domina con la sua mole il borgo è la basilica di San Salvatore, la chiesa gentilizia più grande di tutta la Liguria, (XII Sec), ristrutturata nel 1250, per volere di Sinibaldo Fieschi, papa Innocenzo IV e portata a termine dal nipote Ottobono Fieschi, papa Adriano V (ai tempi della contesa con l'imperatore Federico II di Svevia).
Di fronte c'è il volume compatto del palazzo comitale, tra gli esempi più autentici di dimora nobiliare medievale. A fianco del palazzo sorge la chiesa di San Salvatore "Vecchio", l'originaria chiesa parrocchiale della comunità di origini molto antiche. Fu ricostruita alla fine del '500 e nel '700. Le altre case del borgo sono tutte il risultato di ricostruzioni cinque-settecentesche di altrettante dimore medievali dei Fieschi, delle quali rimangono solo frammenti sparsi di pietre lavorate recuperati nei muri odierni.
Fa eccezione l'ultimo edificio sulla via verso monte, che tradisce, sotto l'intonaco scrostato, la presenza di una bellissima "loggia da mercante" del XII-XIII secolo. Cuore centrale del borgo è la piccola piazza pavimentata a risseu. Dal borgo si diparte la rete dei sentieri delle vie dell'Ardesia, la pietra nera di Liguria, creata anticamente per collegare al mare le centinaia di cave coltivate a Cogorno, comune da cui discendono gli avi materni di Papa Bergoglio.
L'idea forte è di animare il Borgo dei Fieschi con la creazione di un polo di rilievo nazionale a sostegno dell'imprenditoria nel settore agroalimentare di eccellenza, abitando gli spazi del borgo con attività di formazione, ricerca, start up, comunicazione di alto profilo, dato dal coinvolgimento, sin dall'inizio, di importanti realtà nazionali come l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e l'Associazione Tempi di Recupero, in sinergia con i progetti innovativi di Accademia del Turismo e Leoni Group, connotati dall'uso dell'intelligenza digitale e dalla formazione esperienziale.
Le principali linee di azione sono: il recupero e il riuso degli spazi che si affacciano sulla piazza del Borgo unitamente all'allestimento di nuovi spazi, nelle aree limitrofe, con la ristrutturazione, anche mediante ricostruzione, di spazi abbandonati per accogliere le funzioni previste più innovative e di servizio; l'attuazione del progetto di formazione e impresa HIH - Hospitality Innovation Hub, di alta ospitalità, quale modello di interesse nazionale e internazionale; la realizzazione della rete dell'eccellenza enogastronomica di questa area della Liguria, che metta al centro il lavoro artigianale come "saper fare" esperienziale, l'entusiasmo e le potenzialità delle persone giovani, la conoscenza e la saggezza delle persone anziane.
Il tutto con sguardo fermo sulla sostenibilità climatica, ambientale ed economica; il supporto allo sviluppo della rete con attività di formazione e ricerca dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo; la creazione di un'infrastruttura digitale per l'innovazione produttiva e la valorizzazione dei prodotti e dell'offerta turistica del territorio; la realizzazione di eventi di forte richiamo d'interesse culturale e turistico ambientati nelle location storiche del Borgo e dei dintorni (le cave del San Giacomo, le ville e le aree panoramiche lungo la via dell'Ardesia).
Il progetto ha il sostegno di oltre 54 soggetti, di natura pubblica e privata, tra i quali anche Confindustria Genova, a dimostrazione di un forte coinvolgimento della comunità locale - e non solo - nella condivisione e proposizione dell'idea e nella ferma volontà di portarla avanti anche a conclusione dell'investimento di recupero.●

IL PROGETTO HIH, fulcro della valorizzazione del Borgo, nasce dall'idea dell'Accademia del Turismo di Lavagna (promotore dell'ITS Turismo Liguria), in collaborazione con Leoni Group, di ampliare la catena del valore della formazione nella filiera del turismo e dell'ospitalità legandola all'imprenditorialità, alla produzione fino alla vendita di prodotti locali. La strategia è di creare un Hub che basa le sue fondamenta sulla sostenibilità e su un modello di economia circolare validati e monitorati da un'attività di ricerca. Sfruttando le ulteriori attività del Borgo e grazie al supporto della rete dei soggetti aderenti al progetto sarà possibile promuovere circuiti e opportunità di diffusione di nuove tecniche e prodotti sviluppati all'interno del borgo stesso. I focus del progetto HIH sono la ricerca, la formazione, la consulenza alle imprese e la produzione che, inseriti in un contesto di ospitalità, concorreranno a creare eventi e manifestazioni volte a valorizzare le tradizioni, l'innovazione e la cultura del territorio con l'obiettivo di attirare turisti. ■

Davide Anguita

# Digitale con riserva

## Non solo tecnologie e dati, ma anche formazione e cultura: cosa occorre per una trasformazione digitale ragionata.

**Se ne parla tanto**, ma a volte ancora in modo confuso e parziale: in cosa consiste esattamente la trasformazione digitale e su quali pilastri deve fondarsi per essere efficace? Ne abbiamo discusso con Davide Anguita, Professore ordinario dell'Università degli Studi di Genova e Delegato alla Trasformazione Digitale.

Una recente indagine sulla trasformazione digitale colleziona più di venti diverse definizioni del concetto, alcune delle quali possono sembrare confuse o tautologiche. Ma tra queste, secondo il professor Davide Anguita, si trova una proposta ragionevole, che indica la trasformazione digitale come "un processo che mira a migliorare un'organizzazione innescando cambiamenti significativi attraverso la combinazione di tecnologie dell'informazione, dell'informatica, della comunicazione e della connettività". Così intesa, la spinta alla transizione digitale era già da anni nell'agenda dell'economia, dei governi e della società civile, ma è stata la pandemia ad averne accelerato enormemente il percorso, come nel caso dell'Università di Genova: «Il nostro Ateneo - spiega il professor Anguita - aveva avviato un processo di digitalizzazione della didattica già diversi anni fa, ma tra fine febbraio e i primi di marzo 2020, in pochi giorni, il CeDIA - Centro Dati telematica e Informatica dell'Ateneo, presieduto ora dal professor Gianni Vercelli, ha trasferito in uno spazio virtuale 32.000 studenti e migliaia di docenti e tecnici amministrativi, consentendo la prosecuzione di tutte le attività in corso. Ma al di là dell'emergenza, e ragionando con una visione di lungo periodo, nel frattempo si è lavorato per dotare le aule di attrezzature multimediali che permetteranno anche in futuro la didattica in modalità ibrida, trasmettendo online le lezioni dei docenti e garantendo la possibilità di registrarle per una fruizione asincrona».

A guidare il percorso di digitalizzazione interna dell'Università di Genova è il Piano Triennale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione, pubblicato e aggiornato periodicamente dall'Agenzia per l'Italia Digitale, di cui Davide Anguita sintetizza i principi: «1) Digital & mobile come prima opzione per i servizi, accessibili in via esclusiva con sistemi di identità digitale, quali SPID e CIE. 2) Cloud first, ovvero in fase di definizione di un nuovo progetto e di sviluppo di nuovi servizi viene adottato primariamente il paradigma cloud, tenendo conto della prevenzione di rischi di lock-in. 3) Servizi inclusivi e accessibili che vengano incontro alle diverse esigenze delle persone e dei territori, e che siano interoperabili per poter funzionare in modalità integrata e senza interruzioni con le piattaforme esistenti, nazionali ed europee. 4) I servizi digitali devono essere progettati ed erogati in modo sicuro e garantire la protezione dei dati personali. 5) User-centric, data-driven e agile: bisogna sviluppare i servizi digitali prevedendo modalità agili di miglioramento continuo, partendo dall'esperienza dell'utente e basandosi sulla continua misurazione di prestazioni e utilizzo. 6) "Once only", ovvero occorre evitare di chiedere ai cittadini e alle imprese informazioni già fornite. 7) I dati pubblici sono un bene comune che deve essere valorizzato e reso disponibile ai cittadini e alle imprese, in forma aperta e interoperabile. 8) Si deve prediligere l'utilizzo di software con codice aperto e, nel caso di software sviluppato ad hoc, deve essere reso disponibile il codice sorgente».

In tema di transizione digitale, il ruolo dell'Università è sicuramente molteplice: se da un lato è essa stessa obiettivo e laboratorio di digitalizzazione, trasformando in chiave ibrida e online la didattica, i processi e i servizi agli studenti e al personale docente e non docente, dall'altro può costituire il traino dell'innovazione anche per la società e i soggetti esterni, svolgendo una funzione di guida nel campo delle nuove tecnologie come l'intelligenza artificiale, la cybersecurity, il cloud computing, e può contribuire attivamente alla formazione al digitale, ancora carente nel nostro Paese.

Ad ogni modo, la pervasività delle tecnologie digitali non significa che esista una soluzione digitale per ciascuna problematica. Ogni occasione di transizione digitale deve essere valutata nei rischi, nelle opportunità e nell'efficacia. Come riporta il professor Anguita «la comunità accademica informatica italiana ha recentemente richiamato l'attenzione sul tema del voto elettronico generalizzato, con una mozione che sottolinea, ad esempio, i rischi del suo uso nelle elezioni politiche. Tuttavia, l'utilizzo del voto elettronico in particolari circostanze si può rivelare un ottimo esempio di trasformazione digitale e di e-government. L'Università di Genova è stata tra le prime in Italia a eleggere il proprio Rettore con il voto elettronico: questa esperienza ha permesso di estendere la digitalizzazione delle operazioni di voto durante tutto il 2021 (elezioni dei presidi, direttori, coordinatori dei corsi di studio, rappresentanze degli studenti e del personale ecc.) e di misurare in modo tangibile l'effetto della transizione digitale di un processo così delicato e articolato. Grazie all'uso di piattaforme a elevata sicurezza e alla formazione del personale, ad oggi l'Ateneo ha digitalizzato 245 procedimenti elettorali, con più di 10000 aventi diritto al voto, evitando lo spostamento di circa 7500 votanti da e verso i seggi. La modalità tradizionale, invece, aveva richiesto negli anni scorsi l'impegno di più di 750 tra docenti e tecnici/amministrativi in circa 250 seggi, per un totale di più di 5000 ore-persona in presenza al seggio, escludendo le operazioni di spoglio. I dati mostrano quanto l'uso della tecnologia non sia stato un deterrente ma, anzi, si sia rivelato un mezzo per aumentare la partecipazione al voto che è passata dal 60.2% al 74.4%, in media, e in alcuni casi, in particolare per alcune elezioni delle rappresentanze studentesche, è più che triplicata».

Oltre all'applicazione delle tecnologie, la transizione digitale deve derivare da un profondo e attento processo che coinvolge anche, e forse soprattutto, aspetti culturali e organizzativi: «Una trasformazione digitale efficace - spiega il professor Anguita - si basa su tre pilastri fondamentali: le tecnologie e le infrastrutture digitali, i dati e le informazioni, e la cultura digitale e la formazione. Forse può stupire il fatto che le tecnologie e le infrastrutture digitali siano l'elemento meno critico dei tre. Gli anglosassoni usano un acronimo molto efficace per indicare il background tecnologico della transizione digitale: SMACIT - Social, Mobile, Analytics, Cloud, Internet of Things. Tutte queste tecnologie hanno raggiunto la maturità necessaria per essere pervasive e diffuse in ogni processo o servizio che deve essere digitalizzato». Alcune criticità riguardano invece gli altri due pilastri: «La gestione dei dati e delle informazioni si è rivelata una fonte di business senza precedenti, ma ha anche sofferto di una grave mancanza di regolamentazione e di normative. Solo in anni relativamente recenti, sono stati affrontati i problemi in materia di trattamento dei dati personali e di privacy, prima con il GDPR (2016) e, più recentemente, anche con la Strategia Europea per i Dati (2020). Il pilastro più debole resta forse quello del fattore umano, prosegue Anguita: «L'Indice di Digitalizzazione dell'Economia e della Società (DESI) è cresciuto tra il 2020 e il 2021, ma l'Italia rimane al 20° posto tra i 27 stati membri dell'UE, e se le imprese italiane hanno raggiunto un buon livello di utilizzo delle tecnologie digitali - dalla fatturazione elettronica al commercio elettronico, all'uso di tecnologie avanzate come i big data e l'intelligenza artificiale - la percentuale di utenti online italiani che utilizzano servizi di amministrazione online (e-government) è decisamente al di sotto della media europea».

La digitalizzazione, insomma, non è solo un fatto tecnologico e non riguarda solo i "tecnici". Il ruolo degli informatici è senz'altro fondamentale per far funzionare uno strumento, ma «nella progettazione di un'interfaccia efficace - conclude il professore - bisogna coinvolgere psicologi e designer, persone capaci di calarsi nei panni di chi farà uso del sistema e tracciarne la user experience, tenendo presente che per essere "interiorizzata" la digitalizzazione deve portare un valore aggiunto agli utenti, e che spesso non si tratta di nativi digitali. Nel lungo termine, la semplificazione deve rimanere un mezzo (e anche un fine) imprescindibile. In questo senso tornano utili le parole di Antoine de Saint-Exupéry in Terra degli uomini: "Sembra che la perfezione si raggiunga non quando non c'è più niente da aggiungere, ma quando non vi è più niente da togliere".

IN COLLABORAZIONE CON

ERG
EVOLVING ENERGIES

ABB

ANSALDO ENERGIA

AON

ACQUARIO DI GENOVA
Ti emoziona per natura

costa
edutainment experience

1921 2021 Ignazio Messina & C.

Gruppo Spinelli
LOGISTICS PROVIDER

iren
luce gas e servizi

PSA ITALY

RIMORCHIATORI RIUNITI

HANNO PARTECIPATO

AGN ENERGIA

AMICO & CO

BANCA PASSADORE & C.

CROCCO EMANUELE S.r.l.
Impianti Elettrici e Meccanici

MEDIAMAX

MONTALLEGRO

ULTRAFLEX GROUP

SAAR depositi portuali s.p.a.

SIGE
INGEGNERIA PER L'AMBIENTE E LA SICUREZZA SUL LAVORO

Marsh

OA SERVICE
CENTRO FORMAZIONE PROFESSIONALE

UMANA

PARTNER ISTITUZIONALE

Camera di Commercio
Genova

RANIERI
TONISSI

TONISSI**MARINE**
*In mare, da sempre*

TONISSI**NAVAL**
*In mare, da sempre*

TONISSI**POWER**
*La scelta di una Energia Vincente*

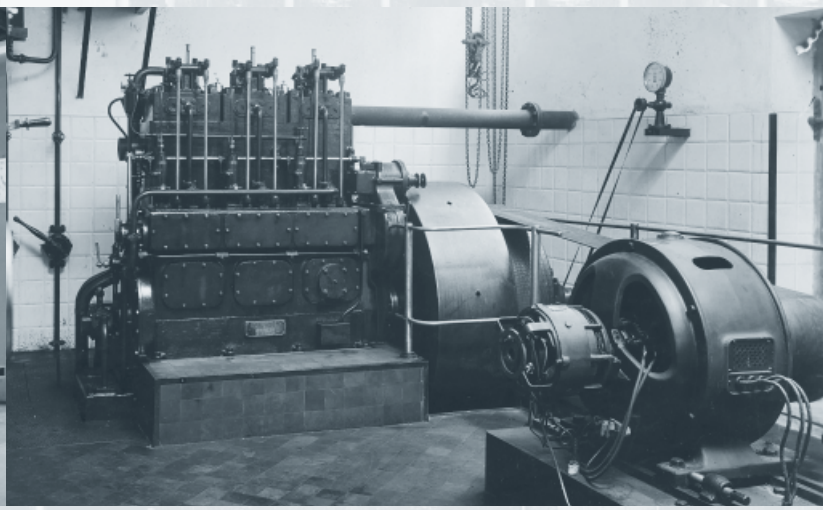
*Alessandro Airoldi*

*Bruno Airoldi*

*Ilaria Airoldi*

***Dai macchinari agricoli di fine Ottocento ai motori diesel e a gas di inizio Novecento, dalle locomotive a vapore degli anni Trenta ai macchinari per l'edilizia degli anni Sessanta, fino all'incontro con MAN alla fine degli anni Quaranta: una storia che si sviluppa, e approda ai giorni nostri con immutata passione e determinazione imprenditoriale volta all'eccellenza, da 136 anni.***

Ranieri Tonissi, fondatore dell'omonima Società, inizia la sua attività nel 1886 come importatore di macchine industriali. La Società nasce nel tessuto storico di Genova, una città viva e pulsante che alla fine del XIX secolo avverte i vibranti cambiamenti della Seconda Rivoluzione Industriale.
Nei primi anni del Novecento, il processo di industrializzazione consuma e reclama sempre più energia. Ranieri Tonissi inizia così l'importazione di innovativi motori a gas e a combustibile liquido.
Dopo il 1920 inizia la meccanizzazione nel campo marino.



Si guarda alle grandi navi ma anche alle imbarcazioni di cabotaggio e da lavoro. La Società è presente grazie alla sua esperienza nei motori diesel. Al timone ci sono i successori Felice e Cesare Tonissi.
Dopo la sosta forzata della Seconda guerra mondiale, l'Italia inizia la ricostruzione. La Ranieri Tonissi amplia il suo campo di lavoro grazie alla stretta collaborazione con la MAN di Augsburg, industria tedesca dalle solide tradizioni. Iniziano le forniture di grandi impianti - diesel e vapore - per la produzione di energia e quelle di attrezzature industriali quali gru portuali e per acciaierie. In questi anni Ettore Airoldi, nuovo socio della Ranieri Tonissi, contribuisce al cambiamento e al consolidamento della Società, diventando con il tempo uno degli artefici del suo successo. A fine anni Cinquanta anche Bruno Airoldi, ingegnere, figlio di Ettore, inizia a lavorare per l'Azienda.
Contemporaneamente continua l'impegno nel settore marino con la fornitura di impianti di propulsione diesel, dalle grandi navi ai pescherecci ai rimorchiatori e, in seguito, alle imbarcazioni da diporto.

Negli anni seguenti, la Società viene trasformata prima in S.r.l. e poi in S.p.A.
A fine anni Settanta la guida della Ranieri Tonissi passa nelle mani dell'Ingegnere Bruno Airoldi che ne diventa il presidente e che, nei primi anni Ottanta, viene affiancato nella gestione dell'Azienda dai due figli Alessandro e Ilaria.
Dai primi anni Novanta, i motori medium speed MAN B&W Diesel vengono impiegati sia per applicazioni marine che terrestri. Per il settore marino la destinazione è su navi di diverso tipo, dalle gasiere ai traghetti e dalle navi da crociera ai rimorchiatori, mentre per quello terrestre l'impiego principale è rappresentato dalle centrali elettriche e di cogenerazione, alimentate sia da combustibile fossile che da biomasse liquide.
Ranieri Tonissi S.p.A., veicolandone l'utilizzo, contribuisce allo sviluppo di un mercato sempre più orientato alla scoperta di energie alternative - intese come rinnovabili e biologiche - ed è protagonista attivo di un nuovo concetto di sviluppo sostenibile, che offre ai propri clienti soluzioni ecologiche compatibili con il risparmio energetico e la salvaguardia ambientale.
Inoltre, Ranieri Tonissi S.p.A. ricopre il ruolo di importatore esclusivo nel campo marino per i motori high speed di MAN Truck & Bus di Norimberga. Grazie a questa collaborazione l'Azienda rafforza la propria presenza sia nel settore delle imbarcazioni e delle navi da diporto, sia nel settore delle barche da lavoro, da intendersi come battelli, barche passeggeri, pescherecci, motovedette, e pilotine.
L'Azienda genovese sviluppa così negli anni grandi capacità nel settore dei motori high speed, stabilendo solide collaborazioni con la maggior parte dei cantieri italiani. In questo campo, Ranieri Tonissi S.p.A. si occupa, oltre che dell'importazione, anche della lavorazione presso la propria officina specializzata nelle sue diverse fasi, dall'accoppiamento invertitore-motore all'assemblaggio degli altri componenti, alla verniciatura, all'imballo, sino alla spedizione al cantiere.
La Ranieri Tonissi S.p.A. assicura inoltre un attento ed efficiente servizio post-vendita a cura del proprio ufficio tecnico e dispone di una rete capillare di centri di assistenza

autorizzati MAN Truck & Bus, presenti in tutto il territorio nazionale. In quest'ottica, nel 1997 viene fondata in Francia, nelle vicinanze di Cannes, Ranieri Tonissi France S.a.r.l., che si occupa di fornire assistenza alle imbarcazioni da diporto presenti in zona.
Al fine di mantenere un livello qualitativo costante nel servizio dato al cliente, sia in termini di assistenza tecnica che nella fornitura di ricambi gestiti dal magazzino interno che per garantire la tracciabilità documentale, nel 1999 l'Azienda ottiene la certificazione di Qualità UNI EN ISO 9000:1994 e successivamente la ISO 9001:2015.
Mantenendo fede alla propria vocazione tecnica, la Società investe grande impegno nella preparazione e nell'aggiornamento costante del proprio personale - che frequenta regolarmente corsi organizzati dalle case madri - e del personale afferente ai centri di assistenza autorizzati, organizzando corsi di formazione presso la propria sede aziendale. In questo modo Ranieri Tonissi S.p.A. può garantire un servizio di consulenza tecnica competente e puntuale ai cantieri e agli armatori. Ogni prototipo di imbarcazione viene testato alla messa in moto dal personale del centro di assistenza, in presenza degli ingegneri del proprio staff tecnico. Per ogni nuova imbarcazione (anche se prodotta in serie), equipaggiata con motori MAN Truck & Bus, viene verbalizzata l'operazione di messa in moto e redatto un documento a disposizione sia dell'armatore che del cantiere.
Nel 2012, con la nascita della divisione Power, la Società si propone di affrontare in maniera innovativa il tema energetico nel settore terrestre. La nuova divisione si rivolge con determinazione e successo al mondo della cogenerazione, microcogenerazione, abbattimento emissioni e upgrading da biogas a biometano, con una squadra di partner di tutta eccellenza: KW Energie GmbH, Sokratherm GmbH, ETW Energietechnik GmbH e Rei-Cat GmbH con una gamma di soluzioni da 7,5 kWe fino a oltre 4 MWe.
Nel 2013 nasce Tonissi Meccanica Generale S.r.l., Dealer Service ufficiale per i marchi rappresentati da Ranieri Tonissi. La nuova Società si occupa anche dell'adeguamento e rifacimento degli impianti sala macchine a seguito di nuove motorizzazioni. Tonissi Meccanica Generale S.r.l. è autorizzata dall'AdSP di Genova a esercitare attività di riparazione navale nel Porto di Genova.
All'inizio del 2014 Ranieri Tonissi S.p.A. trasferisce la propria sede nell'Area Riparazioni Navali del Porto di Genova.
Nel settore navale, la Società si occupa del service sulle grandi navi e rappresenta in Italia la Renk AG, la Lindenberg Anlagen GmbH, la Hydroniq Coolers e la Emerson Aventics.
Anche in questo settore la Ranieri Tonissi S.p.A. pone grande interesse nell'innovazione e nel rinnovamento energetico, rappresentando la Orcan Energy AG per i sistemi di recupero di calore e diventando Channel Partner della Wabtec Corporation (ex General Electric), unica produttrice di motori marini certificati Tier 4, senza l'utilizzo di alcun tipo di post-trattamento.
Nel settore marino - oltre all'importazione dei motori MAN Truck & Bus e Nanni Diesel Industries, dei sistemi di controllo elettronici Emerson Aventics e delle trasmissioni di superficie Top System Drive - con l'obiettivo del rinnovamento energetico, sono allo studio sistemi di propulsione ibridi e dual fuel a idrogeno sia per il diporto che per le imbarcazioni commerciali.
Dal 2020, alla morte dell'Ingegnere Bruno Airoldi, la Società è amministrata dai suoi figli Alessandro e Ilaria.
In ricordo dell'Ingegnere Bruno Emanuele Airoldi, la Ranieri Tonissi S.p.A. ha promosso in collaborazione con l'Università degli Studi di Genova - Scuola Politecnica - Dipartimento di Ingegneria Navale, Elettrica, Elettronica e delle Telecomunicazioni (DITEN), per l'anno accademico 2021/22, un concorso per l'attribuzione di un Premio di Studio intitolato alla memoria dell'Ingegnere. Il premio è finalizzato a contribuire al supporto economico di uno studente del corso di laurea magistrale in Ingegneria Navale, attivato presso l'Ateneo genovese, particolarmente meritevole, con reddito in fascia non elevata.

*"Nulla di grande è stato fatto nel mondo senza il contributo della passione".*

Georg Wilhelm Friedrich Hegel

RANIERI**TONISSI**

Calata Gadda - 16128 Genova
Via Albisola, 68 - 16163 Genova
Tel. +39 010 711583 - info@tonissi.com
**www.tonissi.com**

EQB
THIS IS FOR
NEW DIMENSIONS.
Nuova EQB. Il SUV 100% elettrico.
Fino al 31 Marzo con il Contributo Mercedes-EQ e wallbox inclusa.*
Vivilo da
Novelli 1934
*Offerta valida in Concessionaria su Nuova EQB per contratti sottoscritti fino al 31 Marzo 2022
e per vetture immatricolate entro il 30 Giugno 2022. Enel X Juice Box inclusa.
EQB: WLTP ciclo misto: consumo di energia in kW/100 km: 18,1 – 19,4; emissioni di $CO_2$ in g/km: 0.
Novelli 1934 Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz
Genova, Via di Francia 34r, tel. 010 6432 1780

INPS

# Più vicino

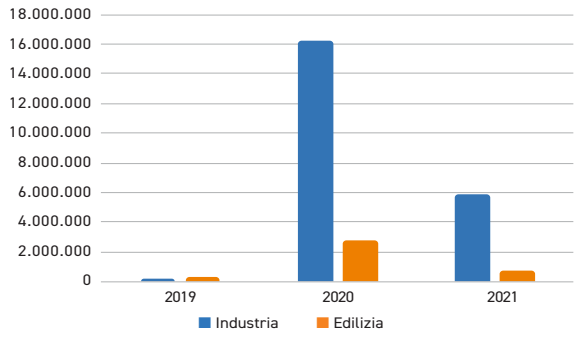
## L'Inps e le imprese del territorio.

Lorenzo Leoncini

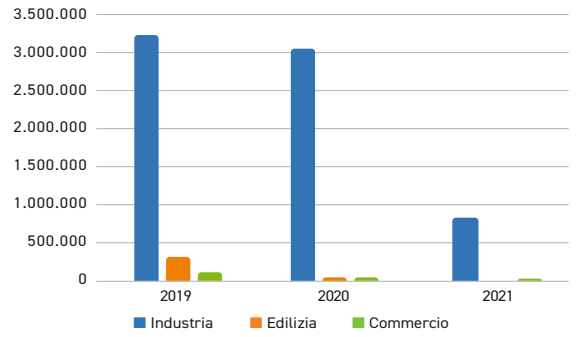
**Dati alla mano,** il Direttore della Direzione Provinciale Genova dell'Inps, Lorenzo Leoncini, ripercorre l'uso della cassa integrazione da parte delle aziende del territorio negli anni caratterizzati dell'emergenza sanitaria e i principali ambiti su cui le nostre imprese associate richiedono il supporto dell'Inps. L'Ente oggi si prepara anche a erogare l'assegno unico e universale per i figli a carico.
Ci siamo fatti spiegare novità e modalità operative.

**L'accordo recentemente siglato tra Inps e Confindustria Genova, di cui abbiamo parlato sul numero 6/2021 di questa rivista, ha l'obiettivo di avvicinare ulteriormente l'ente previdenziale alle nostre aziende associate. In breve, quali sono i principali ambiti di intervento su cui le imprese chiedono il vostro supporto?**
Attraverso il cassetto bidirezionale le aziende inviano comunicazioni e quesiti che spaziano su tutta la materia previdenziale dall'iscrizione dell'azienda alla cessazione/sospensione della posizione aziendale. Certamente ci sono argomenti che sono particolarmente ricorrenti come ad esempio le problematiche legate alla fruizione della cassa integrazione/fondi di solidarietà e il DURC (Documento Unico di Regolarità Contributiva). In particolare, in un momento di ripresa delle attività dopo gli effetti della pandemia tuttora in corso, è fondamentale per le imprese avere una posizione contributiva costantemente regolare con l'Istituto. Sotto questo aspetto è importante ricordare che nel caso in cui un'impresa abbia una posizione contributiva corretta il DURC viene emesso in tempo reale dalla procedura DURC On Line senza necessità di alcun intervento da parte degli operatori Inps. È pertanto fondamentale da parte delle imprese curare con attenzione tutti gli aspetti contributivi e intervenire rapidamente per la sistemazione della posizione quando intervengono situazioni che potrebbero ritardare o escludere il rilascio del DURC positivo. Richiedere tempestivamente una dilazione all'Istituto e/o all'Agenzia delle Entrate Riscossione, comunicare tempestivamente la sospensione della propria posizione contributiva, fornire i chiarimenti necessari per la definizione delle note di rettifica, inviare le variazioni contributive necessarie per aggiornare la posizione dei propri lavoratori e chiudere eventuali partite a debito dell'azienda sono alcune delle azioni che, effettuate celermente, possono permettere di riallineare la posizione contributiva in tempo utile per il rilascio del DURC on line positivo direttamente dalla procedura dedicata. In quest'ottica il cassetto bidirezionale svolge una funzione fondamentale rappresentando il canale attraverso il quale si crea un contatto diretto fra azienda e operatori Inps che lavorano sulla posizione contributiva. È fondamentale per le aziende individuare il corretto oggetto della segnalazione tramite cassetto bidirezionale in modo da indirizzare la stessa a coloro che si occupano direttamente della problematica per la relativa definizione. Una citazione a parte merita il cosiddetto "DURC agevolazioni". Si tratta di una verifica DURC effettuata direttamente da parte dell'Inps qualora l'impresa utilizzi benefici contributivi indipendentemente dal fatto che la medesima azienda abbia bisogno del DURC per il tipo di attività che svolge. In questi casi l'azienda non ha particolare dimestichezza con le disposizioni che regolano il rilascio del DURC in quanto non lo richiede costan-

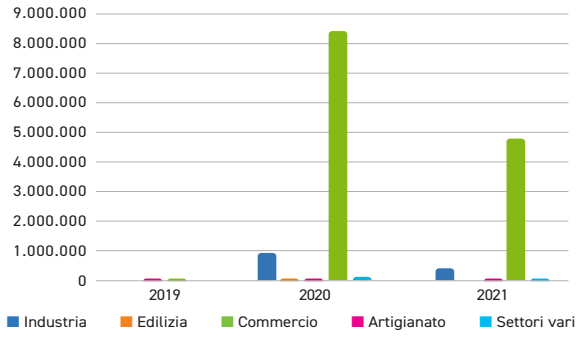
**CASSA INTEGRAZIONE ORDINARIA**
**TOTALE ORE AUTORIZZATE - CONFRONTO PER ANNI**



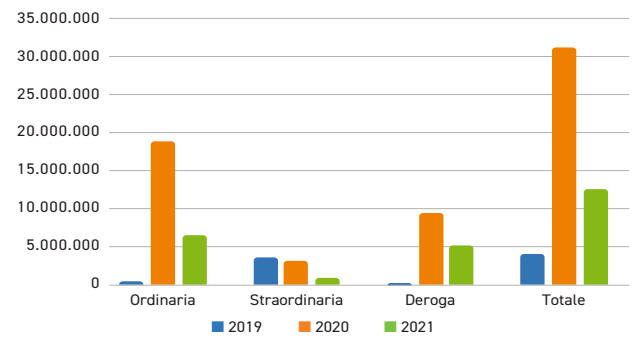

**CASSA INTEGRAZIONE STRAORDINARIA**
**TOTALE ORE AUTORIZZATE - CONFRONTO PER ANNI**




**CASSA INTEGRAZIONE IN DEROGA**
**TOTALE ORE AUTORIZZATE - CONFRONTO PER ANNI**




**CASSA INTEGRAZIONE TOTALE**
**TOTALE ORE AUTORIZZATE - CONFRONTO PER ANNI**




temente. È importante però che tutte le imprese che utilizzano benefici contributivi prestino particolare attenzione sotto l'aspetto del possesso del DURC in quanto altrimenti rischiano il recupero di tutte le agevolazioni fruite. Cito solo il riferimento normativo per richiamare l'attenzione sul punto (articolo 1 comma 1175 Legge 296/2006).

**Dottor Leoncini, dal suo "osservatorio" privilegiato, quali tendenze ha rilevato riguardo al tessuto imprenditoriale della provincia di Genova?**
L'Inps, come noto, si è occupato negli ultimi due anni di tutte le prestazioni emergenziali previste dal legislatore a favore delle imprese e dei lavoratori in difficoltà. Per avere un'idea della mole di interventi effettuati basta guardare le tabelle qui affianco, in cui si evidenziano gli interventi di Cassa Integrazione autorizzati dall'Istituto in Provincia di Genova negli anni 2020 e 2021 (dati a luglio 2021) confrontati con i dati del 2019. Il 2020 è stato caratterizzato da un incremento delle ore autorizzate di quasi il 700%. La prima parte del 2021 ha evidenziato un parziale decremento delle ore autorizzate. Nell'ultimo periodo, anche a seguito dei numerosi interventi normativi che hanno dato impulso all'attività in vari settori produttivi (penso ad esempio al settore edile) le autorizzazioni della cassa integrazione stanno tornando ai livelli ante 2020 con un ritorno alle richieste di cassa integrazione per maltempo tipiche del settore edile e caratterizzate dal chiaro elemento della sospensione temporanea dell'attività.

**Il 1° marzo "debutterà" l'assegno unico e universale per i figli a carico: quali sono le novità in materia e quali indicazioni può fornire ad aziende e lavoratori?**
La novità normativa è particolarmente importante perché cambia completamente la tipologia di intervento a favore dei figli prevedendo l'erogazione di un unico assegno dalla nascita (anzi dal compimento del settimo mese di gravidanza) fino alla maggiore età e in alcuni casi fino ai 21 anni. L'elemento di particolare novità è che l'erogazione verrà effettuata direttamente dall'Istituto sul C/C intestato ai genitori e/o al figlio maggiorenne senza alcun intervento del datore di lavoro. Pertanto l'erogazione degli ANF a cura delle aziende cesserà con il 28 febbraio prossimo e da marzo l'Inps inizierà a erogare i nuovi assegni unici direttamente alle famiglie. È importante ricordare che gli interessati dovranno presentare direttamente all'Inps la domanda per ottenere l'assegno unico e che l'erogazione diretta da parte dell'Istituto riguarderà tutti i genitori indipendentemente dalla condizione lavorativa (dipendente pubblico o privato, lavoratore autonomo, professionista) e anche chi è temporaneamente fuori dal mondo del lavoro. La domanda deve essere presentata nel periodo dal 1° gennaio al 28 febbraio e riguarderà il periodo 01/03/2022 - 28/02/2023. L'importo dell'assegno dipende dalla situazione ISEE del nucleo familiare prevedendo un importo massimo a figlio di € 175,00 per ISEE pari o inferiori a € 15.000,00 fino a un importo minimo di € 50,00 per ISEE pari o superiori a € 40.000,00 ovvero in assenza di ISEE. Sono previste maggiorazioni per particolari situazioni (figli con handicap, numerosità figli, entrambi i genitori lavoratori, madre di età inferiore ai 21 anni). (M.O.)

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. MELORIA

di Virginia Ferrari

AFRY
ÅF PÖYRY

Ex-miniere diventano riserve di energia per mitigare l'intermittenza delle rinnovabili.

# Batterie verdi

Alessio Giuffra

**Il consumo energetico** in Europa è destinato ad aumentare costantemente nei prossimi decenni. Tuttavia, la crisi dell'energia e del gas che attualmente sta colpendo il nostro continente rende evidente oggi più che mai il bisogno di dover differenziare l'approvvigionamento energetico e la conseguente necessità di affrancarsi dal gas favorendo un maggiore ricorso a fonti energetiche sostenibili sia dal punto di vista ambientale che economico.
L'energia rinnovabile è essenziale per poter raggiungere l'obiettivo di sostenibilità (UN Sustainable Development Goals - SDG) legato all'energia pulita (Affordable & Clean Energy) e rappresenta la via da seguire per poter ridurre l'effetto serra e limitare l'innalzamento della temperatura globale a 1.5° C entro il 2050.
Non si può tuttavia ignorare un aspetto peculiare delle principali fonti rinnovabili che ad oggi rappresenta un "limite" e non ci permette di affidarci unicamente a loro per la generazione di energia elettrica. La loro peculiarità è insita nell'intermittenza che rende impossibile programmare e pianificare il quantitativo energetico che sarà immesso nella rete. È dunque indispensabile considerare sistemi di accumulo in grado di immagazzinare energia prodotta in eccesso e non utilizzata al momento (ad esempio, accumulare energia prodotta durante il giorno da pannelli fotovoltaici per rilasciarla di notte; oppure, rendere disponibile energia precedentemente generata da parchi eolici e per un utilizzo nella rete nelle giornate in assenza di vento). Diversi sono i sistemi e le soluzioni attualmente in studio, in discussione o già in utilizzo per poter compensare questo fattore (come ad esempio il ricorso all'uso delle batterie). Ne parliamo con Alessio Giuffra, Managing Director di AFRY Italy.

**Come può la combinazione di acqua e siti minerari in disuso diventare una soluzione totalmente "green" in grado di far fronte all'intermittenza delle rinnovabili?**

Il sistema di pompaggio di acqua prevede la collocazione a quote di due bacini di acqua ("serbatoi") per poter produrre energia. Il dislivello tra i bacini determina la potenza attesa del sistema. Nel caso delle miniere, è consigliabile usare un lago esistente nelle vicinanze come "bacino superiore", e scavare all'interno della miniera creando un'ampia area per farla diventare il "bacino inferiore". Questi due serbatoi vengono collegati da infrastrutture aggiuntive che consentono il pompaggio dell'acqua verso il bacino superiore quando c'è bisogno di immagazzinare energia, e di scaricare l'acqua verso il basso, nel momento in cui c'è necessità di generare energia. Questa particolare tipologia di impianto ha il grande vantaggio rispetto a impianti di pompaggio tradizionali, di poter sfruttare strutture esistenti e, riadattandole, farle diventare delle vere e proprie "batterie verdi", minimizzando l'impatto ambientale.

**Quali sono i benefici nell'introduzione dei sistemi di pompaggio idrico su larga scala?**

Il beneficio più evidente si riflette sui mercati energetici, caratterizzati dalla volatilità dei prezzi giornalieri dell'energia. Nelle giornate in cui il prezzo dell'energia è basso, si può pompare l'acqua dalla quota più bassa a quella più alta, per poi utilizzare la stessa acqua per produrre energia nei momenti di picco. Molti mercati energetici necessitano di un supporto di regolazione per la rete energetica rapido o lento. I sistemi di pompaggio idrico su larga scala possono aiutare nel gestire risposte rapide sia per la generazione che per il consumo di energia rendendolo di fatto un elemento chiave per la regolazione di molti servizi ausiliari della rete come il controllo della frequenza.

**Come trovare le migliori opportunità per mettere a punto questa soluzione?**

La maggior parte degli agenti immobiliari dice: "dipende tutto dalla posizione!". Ciò vale anche per i sistemi di stoccaggio idrico nelle miniere. L'Europa ha una lunga storia mineraria e ciò che resta oggi di questa storia è un'ampia serie di miniere abbandonate. Alcune di queste possiedono già un'infrastruttura predisposta all'installazione di una centrale elettrica sotterranea, alla costruzione di tunnel di accesso e vie d'acqua. Ciò ha il vantaggio di permettere un investimento nettamente inferiore rispetto alla costruzione di qualsiasi altra centrale sotterranea convenzionale. Le condizioni ottimali per questo tipo di soluzione prevedono la presenza di una miniera abbandonata con una sufficiente profondità, la giusta geologia, un bacino superiore nelle vicinanze (come ad esempio, un lago), delle agevoli vie di trasporto e un buon accesso alla rete elettrica per la trasmissione dell'energia. La conformazione geografica e geologica dell'Italia fa sì che ci sia un'alta probabilità di trovare queste condizioni "ideali" per l'installazione di sistemi di pompaggio idrico in miniera. In particolare, la topologia dell'Italia settentrionale, insieme alla crescente espansione dell'energia solare ed eolica, rende questa tecnologia un'interessante soluzione totalmente "green" per mitigare l'intermittenza delle rinnovabili e gestire la programmabilità dell'energia immessa sulla rete.

**Come è strutturata AFRY e quali sono gli obiettivi dell'azienda?**

Nata a febbraio 2019 dalla fusione della svedese ÅF e della finlandese Pöyry, AFRY è, ad oggi, una delle principali aziende leader in Europa per i servizi di progettazione, ingegneria e consulenza nei settori dell'energia, industria, infrastrutture e digitalizzazione. Con una presenza geografica capillare in tutto il mondo con sedi in oltre 50 Paesi e con una squadra di 17.000 professionisti, AFRY offre soluzioni innovative e all'avanguardia con l'obiettivo di favorire la transizione verso una società sostenibile. Siamo presenti in Italia da circa venti anni con gli uffici situati a Genova e Milano, che si occupano rispettivamente di attività di ingegneria nel campo dell'energia, del settore cartario e delle infrastrutture, nonché nell'ambito della consulenza gestionale e degli studi di mercato. Gli oltre 50 dipendenti dei 2 uffici italiani operano quotidianamente offrendo servizi ampi e complessi su scala globale e locale, lavorando a stretto contatto con la vasta rete di esperti dell'interno gruppo. In AFRY, la sostenibilità e l'energia pulita rappresentano il faro che guida le nostre azioni e il lavoro quotidiano. Accelerare la transizione verso un futuro sostenibile è la nostra missione e vogliamo essere il partner di fiducia dei nostri clienti aiutandoli nell'identificazione e realizzazione dei loro investimenti, offrendo soluzioni avanzate, innovative e sostenibili sia dal punto di vista economico che ambientale.

**Onda Vision,**
**il Software Gestionale**
**per le piccole**
**e medie aziende,**
**anche il cloud.**

onda VISION

**Contabilità e**
**Amministrazione,**
**Vendite e Acquisti,**
**Magazzino e Logistica,**
**Produzione e**
**Controllo di Gestione:**

**Onda Vision**
**può aiutarti a gestire**
**le funzioni vitali**
**della tua azienda**
**in modo efficiente**
**e preciso, mettendo**
**a disposizione tutte**
**le informazioni**
**che ti servono,**
**quando ti servono,**
**ovunque tu sia.**

grafica: www.marcodisomma.it

Richiedi la **Demo**,
scrivi a **info@edisoftware.it**
oppure chiama **010.648601**

EdiSoftware
soluzioni gestionali

Via Giacomo Pedemonte, 3 • 16149 Genova
www.edisoftware.it • info@edisoftware.it

di Marco Museli

# A vele spiegate

Nell'anno che si è appena concluso, Rulex ha puntato più che mai su persone, formazione, prodotti e comunicazione. E i risultati si vedono.

**Il 2021 è stato** un anno straordinario per Rulex, e si è concluso in modo memorabile con una bellissima festa in uno dei posti più caratteristici e significativi di Genova, l'Acquario al Porto Antico, dove abbiamo potuto celebrare gli ottimi risultati raggiunti insieme a collaboratori e amici.
In realtà, riguardando il cammino fatto lo scorso anno, non possiamo ignorare le difficoltà e i momenti critici che abbiamo dovuto affrontare e superare per raggiungere gli obiettivi desiderati. A partire dalle incertezze dovute all'emergenza pandemica, in pieno svolgimento quando all'inizio di gennaio assunsi l'incarico di CEO di un'azienda dal potenziale enorme, ma bisognosa di una profonda riorganizzazione, che le permettesse di crescere e rafforzarsi sul mercato.
Era necessario abbandonare la mentalità da "startup" che aveva accompagnato il nostro percorso aziendale fino a quel momento. Da un'organizzazione "fluida", nella quale ogni persona ricopriva una molteplicità di ruoli a seconda delle necessità, bisognava passare a una strutturazione più chiara, con profili e specializzazioni diverse.
A partire dal mese di febbraio abbiamo quindi intrapreso una campagna di recruiting attenta e rigorosa, che ci ha condotto ad accrescere in maniera consistente l'organico di Rulex nel corso dell'anno. Molti dei nuovi assunti lavorano da remoto, alcuni addirittura dall'estero, e non hanno avuto ancora occasione di visitare di persona i nostri uffici. Ciò nonostante, ci siamo impegnati a comunicare a ogni nuovo arrivato lo spirito e i valori fondanti della nostra azienda, primo tra tutti l'impegno a creare un ambiente sereno e accogliente, dove ognuno può esprimere al meglio la propria professionalità, sapendo di poter contare sull'aiuto e la collaborazione di tutto il team.
Per incentivare la crescita personale abbiamo varato il progetto "Talent Growth": ciascun team è stato dotato di un finanziamento specifico da impiegare per corsi di specializzazione e per conseguire certificazioni avanzate.
I risultati di questo intenso lavoro non si sono fatti attendere: giorno dopo giorno i contatti con i collaboratori rendevano evidenti i progressi, sia individuali che collettivi. Ma la sorpresa più grande è arrivata dai clienti, inizialmente preoccupati che una riorganizzazione così profonda e capillare potesse ripercuotersi sulla nostra capacità di rispondere alle loro necessità operative. Durante il corso dell'anno il loro feedback è stato estremamente positivo; sono rimasti colpiti dal fatto che non soltanto la nostra qualità di servizio non ha risentito del processo di ristrutturazione, ma è addirittura migliorata nel tempo!
La comunicazione verso l'esterno è stato certamente l'am-

bito in cui siamo intervenuti con più decisione. Infatti, a che serve realizzare soluzioni estremamente innovative, se coloro che possono trarne vantaggio non ne sono a conoscenza? Abbiamo creato un sito web completamente nuovo, capace di parlare di Rulex in modo semplice e immediato, e rafforzato la nostra presenza sui canali social, soprattutto su LinkedIn. Tutte strategie per uscire dall'ambito strettamente tecnico, a noi tanto congeniale negli anni passati, per avvicinarci a un pubblico più vasto e per dare risposte ai problemi concreti delle aziende.
Questo nuovo corso ha permesso di raggiungere importanti clienti internazionali, tra i quali Archer-Daniels-Midland, una multinazionale statunitense con circa 40.000 dipendenti, al cinquantunesimo posto tra le aziende più grandi al mondo. Al tempo stesso la nostra presenza nei settori della logistica e dei servizi finanziari si è rafforzata anche grazie a nuove partnership con prestigiose società di consulenza e system integrator.
A breve usciremo con un prodotto rivoluzionario per chi lavora con i dati: Rulex Platform. Questo porterà su cloud gli strumenti integrati di data preparation, machine learning e ottimizzazione, permettendo allo stesso tempo la costruzione di interfacce grafiche personalizzate per la visualizzazione e il controllo dei processi di analisi. Il tutto attraverso un approccio totalmente no-code che ne consente l'utilizzo anche a persone senza una spiccata preparazione tecnica.
La lista dei risultati raggiunti nel 2021 sarebbe ancora lunga: decine di nuovi corsi aggiunti al portafoglio di Rulex Academy, inaugurazione di nuovi uffici per accogliere i collaboratori assunti nel corso dell'anno, partecipazione a importanti progetti finanziati da enti pubblici ecc. Ma il valore più prezioso di cui abbiamo preso coscienza nell'anno appena concluso è la grande professionalità e competenza delle persone che formano il team di Rulex. Lo straordinario lavoro di squadra portato avanti quotidianamente, anche davanti alle sfide più ardue, è l'ingrediente più importante sulla via della crescita.
Una crescita che desideriamo abbia forti ricadute sul territorio, grazie alle future collaborazioni con l'Università di Genova, i centri di ricerca e le altre aziende liguri che hanno a cuore l'innovazione e il progresso tecnologico.●

Marco Muselli è CEO di Rulex

## COS'È RULEX

Aiutiamo le persone e le organizzazioni a prendere le migliori decisioni, unendo all'esperienza umana la conoscenza estratta dai dati.

## DICONO DI NOI

«Rulex è il coltellino svizzero per ogni nostro nuovo progetto che prevede l'uso dei dati.»

Carl Lundgren
*Business Intelligence Leader presso ADM*

## NUMERI

35% del personale assunto nel 2021
33 anni: età media del personale
+70% presenza femminile nel 2021

di Massimo Servadio

# Stare **bene** per fare **bene**

L'importanza della salute psicologica come fattore di produttività nelle organizzazioni.

**La spinta data** dalla pandemia verso il passaggio in massa a una condizione di lavoro da remoto e l'attuale profilarsi di un "new normal" caratterizzato da un'organizzazione del lavoro "blended" in cui i tratti dello smart working troveranno compendio con il lavoro in presenza, ha portato le aziende alla necessità di porre rinnovata attenzione al tema del benessere psicologico dei lavoratori, quale fattore chiave per la produttività. Quello che si sta vivendo è un cambiamento di tipo organizzativo, che comporta un altrettanto rilevante cambiamento nella natura stessa delle mansioni, in cui gli aspetti routinari di modularità e prevedibilità temporale, contenutistica e spaziale cedono il passo a un forma "liquida" che richiede una significativa capacità adattamento all'incertezza, una sempre di più spiccata capacità di giudizio e di problem solving, di innovazione, di comunicazione e di gestione delle relazioni anche attraverso gli strumenti digitali che caratterizzano il nuovo contesto socio-tecnologico in cui le prestazioni lavorative si collocano. Le aziende si sono trovate, pertanto, di fonte a una duplice sfida: da un lato la necessità trovare nuovi percorsi per sopravvivere a una crisi inaspettata, dall'altro quella di comunicare e adattare tali percorsi al nuovo ecosistema. In questo scenario diventa centrale il ruolo giocato dalle possibilità espressive dei lavoratori nell'ambito delle dinamiche dell'organizzazione, per favorire il quale è indispensabile l'instaurarsi di un clima di sicurezza psicologica, dunque di una condizione di benessere piscologico complessivo, che renda le persone libere di esprimersi e di raggiungere alti obiettivi, entrambi possibili solo a condizione che vi sia piena consapevolezza da parte dei manager e un altrettanto forte commitment da parte delle direzioni aziendali.

Per aver chiaro quale sia il cammino da intraprendere per muovere le organizzazioni in questa direzione e, per conseguenza, comprendere quali siano le azioni di analisi, orientamento, revisione organizzativa, supporto formativo e personale da mettere a disposizione della popolazione aziendale per favorirne al massimo il benessere mentale, occorre chiarire il concetto di sicurezza e di benessere psicologico.

Il termine sicurezza psicologica nasce negli anni '90, e si può definire come quel tipo di atmosfera in cui le persone riescono impiegare se stesse senza paura di possibili conseguenze negative. Rimanda all'idea di un equilibrio tra la persona, i suoi bisogni, le risorse che può mettere in campo per raggiungere le sue finalità e far fronte alle difficoltà, la capacità di relazionarsi con se stesso e con gli altri, la possibilità di adattarsi alle sfide che la vita propone, anche a quelle che gli vengono poste dal contesto lavorativo. Il benessere psicologico non è un elemento monodimensonale, ma chiama in causa diverse componenti, tutte ben esplicitabili nel contesto organizzativo.

La capacità di essere indipendenti, di auto-determinarsi, di sviluppare un pensiero autonomo rispetto alle pressioni sociali, il saper valutare se stessi in base ai propri standard; l'essere in grado di padroneggiare l'ambiente in cui si vive, cogliendo le opportunità e fronteggiando le avversità; il sentirsi in continuo sviluppo e in grado di esprimere il proprio potenziale, rimanendo aperti a nuove esperienze; saper costruire delle relazioni affettive e sociali basate sulla fiducia, sul calore, sull'intimità, sull'empatia, sulla reciprocità; il sentire di direzionare le proprie energie verso degli scopi definiti, che diano un senso al proprio agire, sono dimensioni del benessere psicologico che hanno un chiaro portato in termini di comportamenti funzionali al successo dell'organizzazione, e sono pertanto le direttrici su cui le direzioni aziendali devono far convergere sforzi e risorse.

È importante che le aziende siano ambienti di lavoro "psicologicamente sicuri", in cui le persone possano condividere errori o insuccessi senza timore di giudizio o di punizione, in cui si goda di una fiducia reciproca capace di generare una comunicazione sicura in termini psicologici e relazionali. La sicurezza psicologica, infatti, è un fenomeno a livello di gruppo, che genera apprendimento di schemi comunicativi efficaci che si riflettono nella creazione di comportamenti altrettanto efficaci e di prestazioni lavorative migliori.

Per creare un ambiente di lavoro psicologicamente sicuro, pertanto, è necessario agire sulla comunicazione orizzontale e verticale, coinvolgere astenendosi dal giudicare le idee proposte, così da favorire un orientamento volto all'apprendimento continuo; è necessario motivare lo sforzo dei lavoratori in modo tale da far comprendere l'importanza che ognuno ha nelle sorti dell'organizzazione. Infine, non si può prescindere dal proporre una continua autovalutazione della leadership aziendale per far sì che il processo di apprendimento coinvolga tutti i livelli dell'organizzazione.

Attuare comportamenti virtuosi di questo genere produce tanto benefici sul morale, quanto, in parallelo, è in grado migliorare la probabilità che un tentativo di innovazione del processo abbia successo; migliora inoltre il processo di apprendimento sotto l'aspetto quantitativo e qualitativo, aumenta l'engagement dei dipendenti e migliora la qualità dell'innovazione. Risulta, quindi, evidente la necessità nelle organizzazioni di adottare uno stile di leadership orientato allo sviluppo di nuove forme di comunicazione al fine di generare e preservare alti livelli di sicurezza psicologica, motivazione e impegno tra i lavoratori.

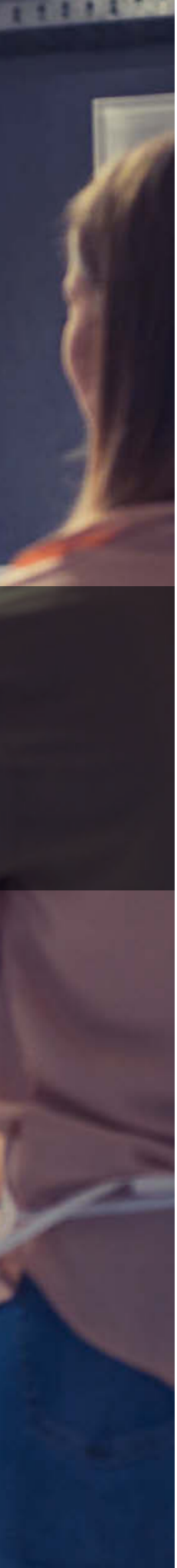
Nell'emergenza sanitaria che ha colpito le aziende a livello globale, sarebbe auspicabile uno stile comunicativo volto alla sicurezza psicologica. L'adozione di comportamenti di sicurezza in un contesto emergenziale deve rappresentare un sistema valoriale interiorizzato, quindi capace di esprimersi anche in futuri contesti diversi. A tal riguardo credo che sia opportuno che ogni azienda crei una sua narrazione della capacità di gestione della crisi emergenziale, in modo da dare forza e valore a tale potenzialità. Generare un senso di alleanza e di collaborazione all'interno di un'organizzazione è una sfida tanto per il presente quanto per il futuro. Componenti come la fiducia, il lavoro di squadra, la flessibilità, l'empatia sono elementi facilitatori nella gestione non solo della crisi attuale ma anche di future crisi. Per contro, l'eccessivo controllo, la riluttanza a far esprimere le potenzialità e le idee dei propri dipendenti può generare reazioni avverse del lavoratore contro l'organizzazione.

Un ulteriore aspetto da non punire ma da considerare positivamente è l'attrito organizzativo: bisogna evitare il silenzio organizzativo dei collaboratori sul futuro e l'ottimismo retorico, a favore di una mentalità aperta al cambiamento e alla sperimentazione e proattiva.●

Massimo Servadio è Psicoterapeuta e Psicologo del Lavoro e delle Organizzazioni, Esperto in Psicologia delle Salute Organizzativa, Amministratore Unico A.I.S. Srl e Presidente CdA Servadio&Partners Srl

# Formazione made in Liguria

L'Accademia del Turismo di Lavagna e il nuovo ITS Turismo Liguria.



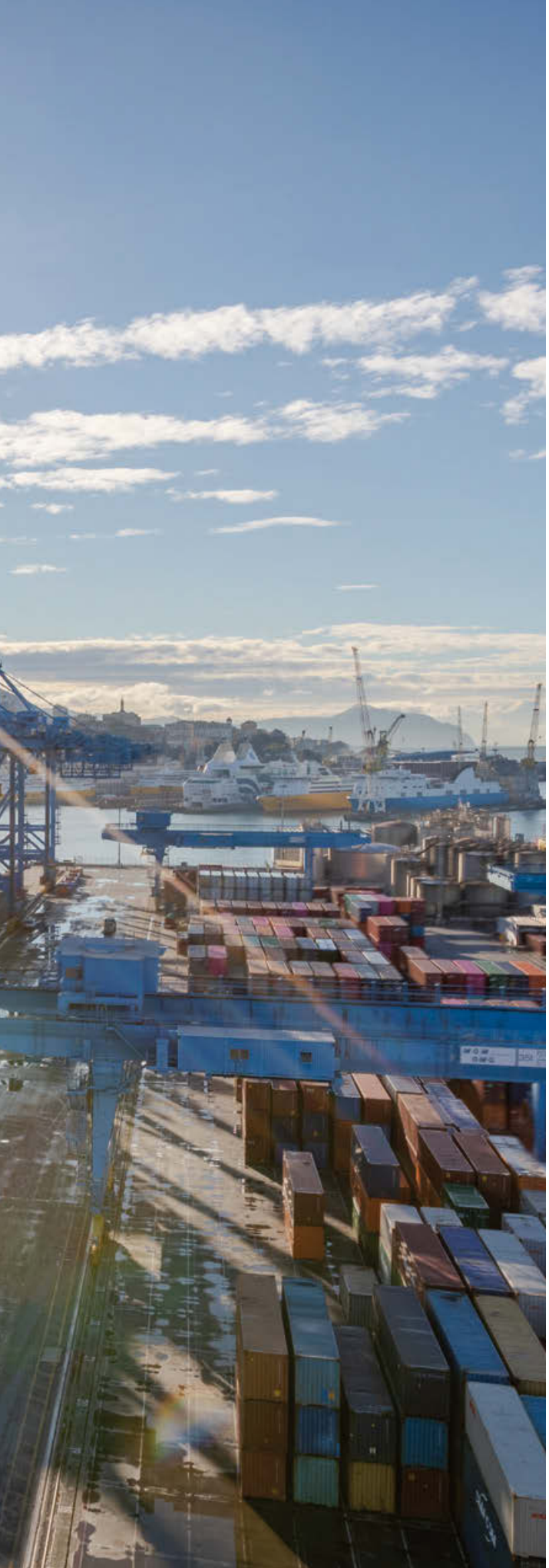
**L'Accademia del Turismo** di Lavagna è un Ente di Formazione Professionale che realizza percorsi di istruzione e formazione professionale per il rilascio della qualifica di Operatore della Ristorazione, Operatore ai Servizi di Promozione e Accoglienza e Operatore della Trasformazione Agroalimentare. Impegnata su molti fronti, dà vita a percorsi triennali e IV anno di IeFP, anche in sistema duale, IFTS, ad attività di formazione superiore per adulti e di specializzazione per adulti disoccupati / occupati, di formazione continua per operatori del settore turistico alberghiero e per giovani in apprendistato, oltre che a iniziative di formazione amatoriale di cucina, cocktail e ricevimento.
L'Accademia, fiore all'occhiello fra le realtà formative liguri che sono chiamate a offrire concrete prospettive occupazionali, opera in massima parte in regime di convenzione con la Regione Liguria e partecipa a progetti collegati allo sviluppo e al cambiamento delle dinamiche del mercato del lavoro (placement, tirocini, azioni formative nell'ambito dei contratti di apprendistato, analisi dei fabbisogni e formazione continua per dipendenti e titolari di imprese): svolge, insomma, un ruolo di training qualificante che costituisce un'importante opportunità per chiunque, in Liguria, intenda acquisire una competenza di merito nell'ambito del settore turistico-alberghiero, e punti a inserirsi nel mondo del lavoro.
Da pochi giorni, e precisamente dall'8 febbraio, l'Accademia si è ampliata con un nuovo e importantissimo tassello dell'articolato mosaico che compone la sua offerta. Si tratta dell'Istituto Tecnico Superiore ITS Turismo Liguria - Academy of Tourism, Culture And Hospitality, che opererà in regime di Fondazione e che, in pratica, è una scuola di formazione d'eccellenza rivolta a chi, una volta ottenuto il diploma, intenda specializzarsi per lavorare nel settore turistico e alberghiero ai massimi livelli. Questa nuova, lungimirante realtà avrà sede in Villa Durazzo a Santa Margherita Ligure e coinvolge un'ampia rete regionale (e non solo) di soggetti pubblici e privati che operano nell'ambito del turismo: ben nove comuni (Portofino, Santa Margherita Ligure, Rapallo, Chiavari, Lavagna, Sestri Levante, Recco, Zoagli e Moneglia), l'Università degli Studi di Genova, l'IPSEOA Marco Polo, come ovvio l'Accademia del Turismo, che ha svolto un ruolo decisivo di coordinamento in fase progettuale, le Camere di Commercio di Genova e delle Riviere, Confindustria Genova, Confcommercio Liguria, l'UGAL - l'Unione Gruppi Albergatori del Levante, l'Unione Provinciale Albergatori di Savona, Portofino Coast, Liguria Together, e tre enti di formazione, Formimpresa Spezia, Cnos-Fap e Iscot Liguria.
La fondazione dell'ITS tigullino risponde all'opportunità offerta dall'apposito Bando regionale attivato nel giugno scorso da Regione Liguria. Si tratta di uno strumento- scommessa che guarda al di là dell'emergenza sanitaria e della crisi pandemica che hanno messo in ginocchio il comparto turistico-alberghiero, e che individua proprio nel turismo di qualità uno dei cardini della ripresa prossima ventura. A dirigere la neonata Fondazione sarà Chiara Rosatelli, la Direttrice dell'Accademia. Alla Presidenza dell'Ente è stato chiamato invece Aldo Werdin, Amministratore Delegato dell'Excelsior Palace di Rapallo, nonché Presidente di Federalberghi Liguria e UGAL Federalberghi Levante. Oltre a un affollato consiglio d'indirizzo, la Fondazione vanta una giunta esecutiva composta dallo stesso Werdin, da Guido Amoretti, Elisa Elena Covacci, Roberto Solinas e Nicola Visconti, che è come dire un quintetto "top level" nel loro campo, in grado di mettere a fattor comune e al servizio dell'ITS considerevoli competenze ed esperienze professionali, accademiche, giuridico-politiche e sociologiche.
La Fondazione nasce con il duplice obiettivo di completare la filiera formativa nel settore turistico locale e di rispondere alla richiesta di personale formato con competenze turistiche elevate. Approvati gli esiti di valutazione e ammissione al finanziamento dei progetti, sono stati già finanziati i due primi corsi, ciascuno rivolto a un massimo di 25 partecipanti: quello per "Tecnico superiore della ristorazione e di cucina per l'hôtellerie 4.0" e quello per "Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali mediante le nuove tecnologie digitali e i social network". La domanda di ammissione a questi due "apripista" formativi è aperta fino al 15 marzo. L'attivazione di un terzo corso, per "Tecnico superiore per la gestione delle strutture turistico-ricettive", è condizionata all'approvazione della proposta progettuale da parte di Regione Liguria. Erogati da personale altamente qualificato, i corsi avranno durata biennale, pari a 1800 ore di cui 600 in stage in azienda, saranno tracciati lungo linee guida individuate di comune accordo con le aziende coinvolte, e si terranno sia nella sede di Villa Durazzo sia presso altre strutture.
Un segno delle potenzialità di questa rilevante "new entry" nel panorama formativo e pre-professionale ligure è che alcune importanti strutture alberghiere estere hanno già fin d'ora sottoscritto manifestazioni di interesse all'assunzione dei giovani che saranno formati nella Academy "made in Liguria".
Prima e al di là dell'ITS, la vocazione allo "scouting" dell'Accademia è testimoniata dalle varie attività che organizza o co-organizza sul territorio. Per esempio il Tourism Recruiting Day, previsto a Lavagna il 19 marzo, una giornata dedicata all'incontro tra chi offre e chi cerca lavoro che può interessare aspiranti cuochi, camerieri, camerieri ai piani, barman, addetti al ricevimento, estetiste, bagnini, facchini, manutentori...
Fino al 1° marzo ci si può iscrivere andando al sito www.accademiadelturismo.eu e inviando il proprio cv a selezione@accademiadelturismo.eu.

di Roberto Ferrari

PSA ITALY

Diversificazione e integrazione del business in PSA.

# Genova, Italia, mondo



**Nel luglio 2021**, a seguito della ristrutturazione degli assetti societari di PSA Genova Pra' e di Terminal Contenitori Porto di Genova (ora conosciuto come PSA SECH), si è scelto di affidare a un'unica direzione il controllo gestionale di entrambe le realtà, dando avvio a un processo di integrazione di persone e procedure oggi rappresentato da PSA Italy, di cui sono amministratore delegato. L'unità gestionale dei due terminal ha il vantaggio di offrire servizi complementari e integrati ai clienti, con una maggiore flessibilità ed elasticità, avendo la possibilità di usare più banchine in maniera dinamica e inoltre rispondendo alle diverse esigenze di ciascuno stakeholder - spedizionieri, importatori, esportatori di ogni dimensione e categoria...

Oggi PSA Italy accoglie le due organizzazioni genovesi e occupa oltre 900 dipendenti diretti; nelle prospettive future c'è quella di unire sotto lo stesso marchio anche il terminal veneziano di PSA Venice - Vecon e tutte le ulteriori eventuali acquisizioni di PSA sul suolo nazionale, per poter servire con sempre maggiore efficienza la clientela.

A loro volta, le sedi italiane fanno parte della multinazionale PSA International, uno dei maggiori operatori portuali del mondo con sede a Singapore. Guidata dal CEO Tan Chong Meng, la rete globale PSA registra un fatturato di 2,7 miliardi di euro, conta oltre 35 mila dipendenti e movimenta 86 milioni di Teu totali (misura standard di lunghezza nel trasporto dei container, un Teu corrisponde a circa 6 metri), avvalendosi di oltre 50 sedi in 26 paesi in tutto il mondo. L'appartenenza delle realtà italiane a PSA International si è dimostrata fondamentale specialmente durante la crisi pandemica, perché abbiamo potuto contare su una regia globalizzata delle operazioni che ci ha permesso di far fronte ai rallentamenti delle filiere internazionali.

I numeri dei terminal PSA in Italia si attestano sui 2,1 milioni di Teu, di cui 1,8 a Genova e 300mila a Venezia. Sono numeri di assoluto rilievo nel panorama nazionale, anche se - per una serie di fattori di natura territoriale e politica - il contesto europeo registra cifre più rilevanti. Rotterdam, ad esempio, raggiunge i 12 milioni di Teu.

Più nel dettaglio, i due terminal genovesi sono votati ad attività ed esigenze diverse: PSA Genova Pra' accoglie navi di ultima generazione, colossi di circa 210mila tonnellate (quella del Titanic era "solo" 46mila tonnellate), lunghi oltre 400 metri e larghi almeno 62, con una capacità pari o superiore ai 25mila Teu.

Queste gigantesche creature della più evoluta ingegneria navale necessitano di adeguate infrastrutture da parte dei terminal, e non soltanto in termini di pescaggio: PSA Genova Pra' può contare su un piazzale di 1.270.000 mq, 12 piste per l'ingresso e l'uscita dei camion e 10 sportelli presidiati per l'attività di verifica e accettazione del trasporto; ma anche 12 grandi gru di banchina che movimentano 1,4 milioni di Teu all'anno.

PSA SECH, invece, ha altre caratteristiche: il terminal si trova nel porto vecchio, che ha una profondità di 15 metri. La banchina è lunga 526 metri; le gru hanno uno sbraccio di circa 50 metri, per una capacità di 45 tonnellate. Pertanto, PSA SECH offre servizi "tailor made" a imbarcazioni di dimensioni più limitate.

Per quanto riguarda PSA Venice - Vecon, la banchina è un po' più grande: misura 852 metri; il piazzale copre 28 ettari, con cinque gru e una capacità massima del terminal di 430mila

Teu. Ma la profondità limitata del fondale non consente l'attracco dei supergiganti del mare.
La gestione dei due terminal genovesi - PSA Genova Pra' e PSA SECH - si basa sulla strategia di diversificazione dei servizi dell'azienda: l'attività di carico-scarico resta il nostro core business, ma si integra con servizi di logistica, movimentazione intermodale (terrestre) e rafforzamento della cold chain, fondamentale per lavorare ad esempio con le grandi catene di supermercati clienti.
Più nel dettaglio, attraverso PSA Cargo Solutions - servizio ideato dalla multinazionale di Singapore e che ha trovato applicazione anche a Genova e Venezia - ci occupiamo del trasporto di beni fino alla destinazione finale, con soluzioni multimodali flessibili e personalizzabili, che coprono il trasporto marittimo, stradale e ferroviario. Ad esempio, da Genova portiamo merci su rotaia fino in Svizzera, e i clienti possono tenere traccia dello stato di avanzamento della spedizione tramite la piattaforma Calista P!ng, che stima anche gli orari di partenza e di arrivo della nave e i tempi di caricamento dei beni su altri mezzi.
Grazie alle nostre gru di ultima generazione, inoltre, siamo in grado di movimentare le merci più pesanti, offrire cicli di carico veloci e svolgere delicati lavori di precisione.
L'innovazione tecnologica ha facilitato anche la comunicazione e lo scambio tra gli stakeholder coinvolti: a Genova, la piattaforma E-Port (sviluppata dall'Autorità di Sistema Portuale del Mar Ligure Occidentale) ha reso interoperabili i sistemi IT utilizzati dai diversi attori della catena di trasporto e logistica. Le amministrazioni pubbliche (guardia costiera, agenzia delle dogane e guardia di finanza) e gli operatori privati (spedizionieri, agenti marittimi, terminal portator e autotrasportatori) comunicano sulla piattaforma, che coinvolge 20mila utenti e oltre 1.500 aziende, gestendo più di 15 milioni di documenti di import-export all'anno.
Restando in tema di innovazione, svilupperemo la tecnologia necessaria per ottenere gru sempre più intelligenti, guidate da remoto tramite specifici software e dotate di funzioni di posizionamento anti-sbandamento. Le nostre gru si appoggeranno a programmi di intelligenza artificiale OCR (Optical Character Recognition), capaci di rilevare i caratteri contenuti in un documento e di convertirli in testo digitale leggibile da altri macchinari. Tutto ciò consentirà alle gru di riconoscere i contenitori, i codici, i sigilli e di verificare l'eventuale presenza di danni.
Purtroppo, a limitare la capacità di espansione dei porti italiani resta l'arretratezza dell'attuale rete infrastrutturale, che necessita di rilevanti e urgenti investimenti. Nonostante questo, per il 2022 ci aspettiamo una crescita del volume d'affari fino a 160-170 milioni di euro, rispetto ai 155 del 2021 e rispetto ai 130 del 2020, anno in cui il Covid che aveva fatto segnare un calo di fatturato del 18,7% rispetto all'annualità precedente.

CONFINDUSTRIA
GENOVA

2022

# Qual è la somma **di due forze?**

**Sono molte le occasioni per far sentire la nostra voce:**

l'**Assemblea pubblica**, **momento principale** dell'anno di **confronto con la Città**,

i dibattiti sui **progetti** per lo **sviluppo** del nostro territorio,

gli incontri dei **Club tematici** (Ambiente, Economia del mare, Finanza d'impresa, Formazione, Internazionalizzazione, Lavoro, Previdenza, Sicurezza, Studi e ricerche), della **Piccola Industria** e dei **Giovani Imprenditori**,

i dossier su **Genova Impresa** e gli aggiornamenti su **Genova Impresa settegiorninews**, il **sito** e le **pagine social**.

L'**offerta** di co-branding di **Confindustria Genova** è **articolata e modulabile** in base alle proprie **esigenze di comunicazione.**

# Co-branding.

## Per essere più forti in due.

© CREATTIVA - GENOVA

Per info: gdelucchi@confindustria.ge.it
Concessionaria di pubblicità in esclusiva GGallery: genovaimpresa@ggallery.it

www.confindustria.ge.it

# Logistica Reefer 4.0

## Le soluzioni innovative di ARMS per una gestione dei container refrigerati più sicura ed efficiente.

Fulvio Pellegrotti

Pierluigi Curletto

**Nel mondo circolano** attualmente circa 7 milioni di container refrigerati (Reefer), usati per trasportare cibi, medicinali e altre merci che necessitano di essere conservati, durante il trasporto, a temperatura e atmosfera controllate. Il Reefer è un container dotato di un sistema di refrigerazione che, per funzionare, ha bisogno di essere collegato a una sorgente di energia elettrica; tale collegamento avviene per mezzo di un cavo lungo fino a 15 metri con presa elettrica trifase alloggiato in un cestello esterno che, ogni volta che il Reefer viene movimentato, deve essere collegato o scollegato.

L'operazione, svolta da sempre da operatori sulle navi e nei porti, avviene in ambiti disagevoli e spesso pericolosi ed è una delle poche operazioni manuali ancora presenti nella logistica dei container.

ARMS (Automated Reefer Management Systems) nasce con il preciso compito di rendere automatica questa operazione, adottando soluzioni innovative per la gestione complessiva dei Reefer e aumentare tutti i KPI di questo settore.

ARMS Srl nasce a Genova nel luglio 2019 per decisione di tre aziende: S-CUBE Srl (Smart Shipping Solutions), startup Innovativa fondata da Fulvio Pellegrotti, Pierluigi Curletto e da altri tre soci, da AGAVE, società di investimenti genovese dell'imprenditore industriale Andrea Gatti, e da SCAME, industria bergamasca specializzata in costruzione di prese e dispositivi elettrici.

I primi studi per trovare soluzioni a questo problema risalgono al 2015, promossi dal capitano Fulvio Pellegrotti, che ha una vasta conoscenza dello shipping acquisita in 40 anni di esperienza nel settore, dove ha occupato posizioni di rilievo in aziende primarie internazionali; nel 2017 Pierluigi Curletto, ingegnere con 30 anni di esperienza tecnologica e commerciale nel settore dell'impiantistica industriale innovativa, inizia a collaborare con Pellegrotti al progetto.

Nei primi mesi del 2018 vengono individuate le soluzioni tecniche adatte a risolvere efficacemente l'operazione di connessione e disconnessione automatica dei Reefer; viene registrata la prima domanda di brevetto, rilasciato definitivamente da UIBM (Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, ndr) nell'agosto 2020, registrato e pubblicato il PCT (Patent Cooperation Treaty) Internazionale in 40 stati nel novembre 2019; da maggio 2018 inizia la fase progettuale e realizzativa con collaborazioni di aziende italiane ed europee che portano alla costruzione di prototipi usati per testare e mettere a punto la soluzioni individuata.

Questa consiste nell'installare sopra l'attuale cestello portacavi del Reefer un "adattatore" della presa elettrica per renderla fissa e non più volante, sostituendola con una nuova presa multipolare che ha sia i 4 contatti per la trasmissione dell'energia elettrica trifase a 400 V che i 4 contatti per la trasmissione dei segnali che vengono scambiati dal Reefer al sistema operativo del porto o della nave.

La connessione elettrica dal lato del porto o della nave viene effettuata con una presa intelligente che viene movimentata da un dispositivo meccatronico che può avere varie forme, a seconda della tipologia di struttura operativa.
La prima soluzione messa a punto è stata studiata per essere applicata facilmente, senza modifiche strutturali e senza intralciare il passaggio degli operatori nelle strutture metalliche (racks) costruite per consentire di raggiungere i cestelli portacavi dei Reefer, accatastati su cinque piani e su due lati, con otto o dieci file per lato. Si tratta di un braccio antropomorfo lungo circa 2 metri, montato su un carrello traslante fissato, a sua volta, sul soffitto del piano della struttura dove opera; al termine del braccio è inserita la presa multipolare complementare a quella installata nel Reefer. Per le strutture esistenti, quindi, per ogni posizione di stoccaggio (slot) è previsto un braccio con presa fissata al termine di questo; per sistemi di stoccaggio nuovi, invece, è stata studiata una soluzione che prevede un carrello traslante con un manipolatore che effettua il collegamento e la sconnessione delle prese intelligenti posizionate in ogni slot dove vengono stoccati i Reefer.
Nel gennaio 2021 viene effettuato un primo test positivo nel terminal di La Spezia; al quale segue (nel maggio dello stesso anno) un test funzionale completo con esito positivo presso il laboratorio della Nuova Icom di Cagliari, alla presenza del Direttore Tecnico del porto di Dubai.

Attualmente, presso il laboratorio della Tau Logic, nel centro di Genova, è in corso la messa a punto del quarto prototipo del braccio e relativa presa del Reefer, studiati per essere successivamente costruiti in grandi quantità e a costi contenuti; le prove in laboratorio sono previste per giugno 2022, mentre le prove in campo inizieranno a ottobre per terminare a fine anno.
Nel 2023 è previsto l'avvio della produzione industriale di questi dispositivi con una prima fase in cui verranno fatti estesi test operativi in campo per migliorare le prestazioni e ridurre i costi industriali; la produzione prevista a regime è di circa 5.000 - 10.000 pezzi al mese, per alimentare un mercato che è di oltre un milione e mezzo di pezzi.
Il percorso progettuale per arrivare alla definizione delle varie soluzioni è stato molto impegnativo, in quanto gli obiettivi tecnici e di costo erano molto ambiziosi e nel 2017 non esistevano soluzioni da adottare a questo scopo, per cui si è dovuto progettare ex-novo tutti i dispositivi necessari.
Le movimentazioni dei Reefer, infatti, avvengono sempre all'esterno e in ambienti marini, per cui i materiali devono essere insensibili all'azione corrosiva dell'acqua salata, mentre negli ambiti industriali tradizionali i dispositivi meccatronici e robotici disponibili non erano adatti per tipologie, uso, ambiente operativo e costo unitario ad assolvere il compito previsto dalla nostra applicazione.
In particolare, è stata progettata una nuova presa multipolare a settori circolari, che consente di connettere le due prese con qualsiasi angolo relativo tra le due.
È stato messo a punto un sistema di centraggio innovativo basato su tecnologia a radio frequenza (RFID) per la determinazione del centro della presa montata sul Reefer, per consentire al controllore del braccio di calcolare le coordinate del centro e guidare la presa mobile a connettersi con quella fissa. È stato progettato un sistema di controllo di posizione basato sull'uso di motoriduttori a magneti permanenti retro-azionati con sensori accelerometrici montati sul braccio per ottenere il posizionamento preciso della presa intelligente. È stata inoltre progettata una scheda elettronica e relativa programmazione ad hoc per il controllo e l'automazione di tutte le sequenza e operazioni del braccio.
Infine, sono state definite diverse soluzioni meccaniche per poter inserire i dispositivi nei vari ambiti portuali; in particolare ora si sta studiando un sistema che possa compiere l'operazione di connessione automatica nell'innovativo impianto di stoccaggio automatico dei container denominato BOXBAY, costruito da DP WORLD/SMS-AMOVA e in corso di collaudo presso il porto di Jebel Ali (Dubai).
Gli innovativi sistemi di collegamento automatico dei Reefer consentono di ottenere i seguenti vantaggi: maggior sicurezza per gli operatori che non devono più intervenire in aree pericolose; sensibile riduzione delle mancate o errate connessioni e relativa avaria del carico trasportato, con conseguente riduzione dei costi assicurativi; controllo e monitoraggio continuo dello stato del Reefer e misura dell'energia consumata, favorendo quindi l'efficientamento energetico dei Reefer; gestione centralizzata, automatica e continua del Reefer in ogni momento del trasporto.
I sistemi progettati da ARMS consentiranno all'industria del trasporto refrigerato di raggiungere gli stessi livelli degli altri comparti industriali secondo i paradigmi di Industria 4.0.

CONFINDUSTRIA GENOVA
PICCOLA INDUSTRIA
Noi per Genova.

# In filiera per competere

A colloquio con Giovanni Baroni, dallo scorso autunno Presidente di Piccola Industria Confindustria.

**Una nuova sfida** alla guida della Piccola Industria nazionale per Giovanni Baroni. Nato a Parma, classe 1973, è fondatore e amministratore delegato di X3Energy Spa, azienda attiva nel settore energetico.
Per il biennio 2021-2023 guiderà le piccole imprese di Confindustria nelle molte sfide che lo scenario attuale e futuro riservano loro. Per farlo ha delineato delle direttrici chiare d'azione e ce le ha raccontate mettendo in evidenza alcune priorità, in particolare: il focus sulle filiere come chiave per la crescita delle piccole e medie imprese e l'urgenza di riunire la base associativa della Piccola Industria in Assise fissate per il prossimo 17 giugno.
Un momento di confronto necessario per mettere nero su bianco i bisogni e le proposte delle PMI per il Paese.

**Presidente, lei è stato eletto pochi mesi fa alla guida della Piccola Industria di Confindustria. Quali sono le priorità che ha messo al centro del suo programma?**
Il primo difficile compito che ci aspetta, da qui ai prossimi anni, è sicuramente quello di gestire la

complessità di cambiamenti che avvengono a una velocità inimmaginabile fino a qualche anno fa. La tecnologia corre a un ritmo che disorienta e questo incide sia nei processi produttivi che nelle relazioni interpersonali. La tentazione è proporre soluzioni semplici, anzi semplicistiche, a problemi complessi ed è un rischio che corriamo sia in ambito economico che sociale. Noi abbiamo la responsabilità di impegnarci per evitarlo e Piccola Industria vuole essere un punto di riferimento per il sistema e per le comunità in cui operano le imprese aderenti. In questa cornice, i driver principali su cui si muoverà il mandato della mia squadra di presidenza sono: le filiere, il PNRR, la finanza per la crescita, la transizione digitale, quella energetica e la formazione. Senza dimenticare la centralità dei valori, che per le nostre imprese è un asset forte, perché senza valori non c'è sviluppo né benessere all'interno della comunità.

**Le filiere costituiscono una sorta di fil rouge tra la presidenza del suo predecessore Carlo Robiglio - che le ha scelte come tema guida del suo ultimo Forum - e il suo mandato. Come mai sono così centrali?**
L'evoluzione della Piccola Impresa passa necessariamente attraverso le filiere e il successo del Forum di Alba ne è la diretta testimonianza. Per le PMI la filiera è il mezzo per crescere, per sviluppare nuove competenze, per innovare, per cambiare il proprio modello di business e per conquistare nuovi mercati facendo squadra. Ma anche la filiera può e deve evolversi verso un modello trasversale e non più settoriale, diventando una "Cross-Filiera", centrata su uno snodo tecnologico primario per diversi ambiti tematici e produttivi. A confermare il valore di questo modello organizzativo, anche le politiche europee si stanno orientando verso la creazione di filiere in ambiti strategici, di interesse comune, per competere a livello globale.

**Tra i primi impegni messi in agenda dopo la sua elezione ci sono le Assise della Piccola Industria. Di cosa si tratta e quando sono state calendarizzate?**
Con il Comitato di Presidenza della Piccola Industria stiamo costruendo un percorso che ci porterà a organizzare il 17 giugno le nostre Assise. La sede sarà al Sud, in Puglia, ed è una scelta precisa per dare un segnale nella direzione di voler colmare i divari presenti nel Paese. Le Assise sono un momento interno a Confindustria in cui le imprese si interrogano e riflettono sulle istanze emerse nel confronto preparatorio con il territorio, avvenuto nei mesi precedenti all'appuntamento. L'obiettivo è quello di elaborare linee d'azione comuni per gli stakeholder. Serviranno a definire gli obiettivi futuri e saranno fondamentali per costruire un percorso di sviluppo soprattutto a valle, come tutti ci auguriamo, della crisi pandemica. (G.A.)


SAVE THE DATE

CONFINDUSTRIA GENOVA

# VERSO UN NUOVO UMANESIMO AZIENDALE

**Venerdì 25 marzo 2022**
ore 10.00-13.00

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI GENOVA**
**Aula Magna**
**Via Balbi 5**

Perché occorre una Cultura della Formazione?

All'origine c'è la convinzione che, in questa epoca di grandi cambiamenti, sia necessario investire sulla formazione, per provare a sintonizzarsi al mondo del lavoro nel cosiddetto "new normal", dove si stanno delineando nuovi percorsi intorno a parole chiave come human e digital skill, leadership, seamless e flipped learning, smart working, digital nomad job ecc.

Allo stesso tempo, è più forte, tra le persone, il bisogno di empatia e di sentirsi mentalmente ingaggiate nei processi e nei macro obiettivi delle aziende.

La classe dirigente dovrebbe interiorizzare l'equazione secondo la quale alla crescita professionale dei lavoratori corrisponde un aumento della competitività dell'azienda: l'employability deve diventare un interesse comune sul quale investire.

**Info:** Confindustria Genova
Servizio Organizzazione eventi
eventi@confindustria.ge.it
tel. 010 8338.475-426-338

© CREATIVA - GENOVA

www.confindustria.ge.it

GIOVANI

di Matilde Orlando

# Mi PRESENTO

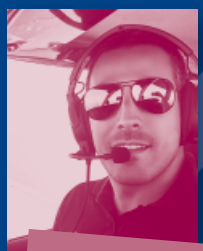
## Storia e obiettivi aziendali dei Giovani Imprenditori.

Emilio Carmagnani
presidente

Francesca Tognetti
vice presidente

Filippo Vaccaro
vice presidente

Carolina Candelo
vice presidente



Jacopo Callà

Gregorio Cauvin

Mario Fiasconaro

Prosegue la presentazione dei membri del Consiglio Direttivo del Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Genova e ALCE e delle aziende che rappresentano.

Filippo Gallo

Filippo Gavarone

Giovanni Gritta
Tassorello

Chiara Marconi

Giacomo Miscioscia

Edoardo Ravano

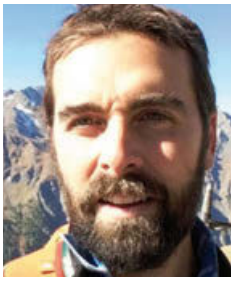
Caterina Viziano

Antonio Augeri
invitato permanente

spa stampaggio plastica affini

## Carolina Candelo

Dal 2017 lavoro stabilmente nell'azienda di famiglia, SPA Stampaggio Plastica Affini, dedicata alla progettazione e costruzione di stampi per lo stampaggio a iniezione di componentistica e prodotti in materiali termoplastici rivolti trasversalmente a diversi settori della grande industria. SPA è una realtà medio-piccola, ma decisamente "frizzante": contiamo una sessantina di dipendenti tra cui molti giovani (c'è stato un buon turnover) e tantissimi clienti. Sono io a interfacciarmi con loro, occupandomi della direzione commerciale. È un ruolo che amo molto perché mi porta a conoscere nuove persone e instaurare relazioni. Titolare e Presidente dell'azienda è mio padre, Roberto Candelo. Negli anni, il suo lavoro non ha mai invaso gli spazi intimi della famiglia, affinché io e mia sorella Isabella facessimo una scelta professionale libera, desiderata, voluta. Ed è proprio all'interno di SPA che abbiamo costruito il nostro percorso: non solo occupandoci rispettivamente della direzione commerciale e della direzione amministrativa e finanziaria, ma anche dando vita a progetti nuovi e creativi. Il primo è "dixpari". Parlare di lampade sarebbe riduttivo, si tratta piuttosto di una collezione di oggetti di design illuminati, ciascun pezzo è unico e numerato. Il progetto è nato nel 2017 da una mia intuizione: recuperare il materiale produttivo di scarto per realizzare una linea di complementi di arredo, dando vita a un ciclo di economia circolare. Al tempo la questione della sostenibilità non era così sentita come lo è oggi, ma è sempre stato un tema molto caro a me e alla mia famiglia (si pensi che la sede di SPA, ristrutturata nel 2011, è stata realizzata in bioedilizia, con materiali ecosostenibili e impatto ambientale zero). È molto gratificante aver anticipato questa tendenza, e averla unita al "colpo di fulmine" per il design e la creatività. Più recente è il lancio dei prodotti "Bad Guy", una linea di bauletti morbidi da bici realizzata da me e mia sorella e brevettata dal papà. I bauletti si agganciano e sganciano facilmente, sono apribili e spostabili solo con la chiave, e sono utilizzabili anche come borse a tracolla o piccole valige. Anche qui, non manca il nostro tocco artistico e la ricercatezza del design. Dividermi tra SPA, dixpari e Bad Guy è sicuramente impegnativo, ma se mi chiedessero se sono contenta di quello che faccio, risponderei: assolutamente sì.



Comarco S.p.A.

victoria

## Filippo Gallo

Dopo gli studi universitari fuori sede, ho intrapreso a Genova il mio percorso professionale nel settore del commercio internazionale e degli strumenti finanziari a esso collegati. Lavoro per Victoria e Comarco, due società "sorelle" che fanno parte di uno storico gruppo genovese di intermediazione di materie prime, e che operano sinergicamente per favorire lo scambio su scala globale di commodities come metalli non ferrosi, spezie, gommae lattice naturale. Io mi occupo dei metalli non ferrosi, agendo come broker tra le nostre mandanti - miniere, raffinerie e trader globali - e i nostri clienti, ossia primari gruppi industriali, che trasformano la materia prima in prodotto finito. Ma c'è di più. Mentre con Victoria operiamo in qualità di agenti intermediari gestendo la fornitura commerciale, tramite Comarco sviluppiamo servizi integrati e consulenza in tema di finanza strutturata e strumenti derivati applicati ai nostri prodotti. I metalli non ferrosi (Rame, Zinco, Stagno, Piombo, Nichel) sono quotati sul London Metal Exchange, la principale borsa "futuri" al mondo, e ciò rende possibile studiare pacchetti ad hoc per sterilizzare i rischi industriali legati alla materia prima. Le quotazioni a futuro permettono quindi soluzioni di arbitraggio e copertura per gestire variazioni del prezzo, del tasso di cambio tra diverse valute, dei tassi d'interesse... L'imprenditore trova un unico professionista che garantisce la fornitura della materia prima e che, al contempo, le sottrae la componente di rischio che naturalmente la accompagna. A livello associativo, sono stato presidente del "Gruppo Giovani" di ALCE - Associazione Ligure Commercio Estero; nello stesso periodo Mattia Marconi era presidente dei Giovani Imprenditori di Confindustria Genova, e abbiamo collaborato proficuamente, tanto che i due gruppi, in alcune occasioni, lavoravano come uno. Sulla base di questa convergenza, abbiamo provato a sfruttare la casuale coincidenza del termine dei nostri due mandati, per immaginare che, dopo di noi, una sola persona ricoprisse entrambe le cariche. È stato Emilio Carmagnani a raccogliere brillantemente la sfida, e infatti oggi unisce e rappresenta un più ampio gruppo di Giovani Imprenditori. In qualche modo, noi giovani siamo stati precursori dell'effettiva confluenza tra le due Associazioni, recentemente portata avanti anche a livello senior.

COMUNICAZIONE

di Laura Gazzolo

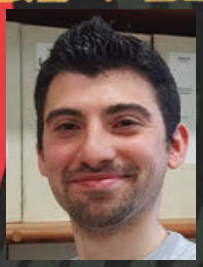
# Viaggio nella civiltà dell'immagine

Comunicazione e servizi digitali per il settore turistico.

**Com'è noto**, la tecnologia digitale ha permesso la moltiplicazione della comunicazione, che ha dato origine a strumenti in grado di rivoluzionare il processo stesso della trasmissione di un messaggio: negli ultimi anni siti internet, social network e Community sono diventati spazi virtuali di esposizione, trasmissione, condivisione e interazione che fanno ormai parte essenziale del quotidiano di ciascuno di noi, sia nella vita privata sia in quella lavorativa.
In effetti, la comunicazione digitale ci ha coinvolti tutti, a tutti i livelli, e ci ha cambiato la vita.
In questo preciso momento nel mondo ci sono quasi due miliardi di utenti di Facebook e Instagram. Sono numeri quasi incredibili, che basterebbe ripetere un po' di volte nella nostra testa per assicurarci del fatto che il nuovo modo di comunicare, a livello aziendale, un modo di comunicare all'altezza (e alla velocità) dei tempi, dev'essere gestito da professionisti che abbiano conoscenze e competenze per padroneggiare e gestire al meglio queste rivoluzionarie "invenzioni". A chiederlo, o anzi, forse, a imporlo, è la necessità di fronteggiare la sempre maggiore complessità e interrelazione dei sistemi d'informazione. E tuttavia, in realtà, ciò che ancora si osserva, spesso, è la pratica di un diffuso "fai da te", per cui si pensa di creare un profilo aziendale e di poterlo portare avanti da soli, postando qualcosa ogni tanto, così come facciamo con i nostri profili personali.
Ciò dà evidenza a un ritardo in termini di "cultura digitale": molte aziende hanno ancora difficoltà a capire la posta in gioco, anche in termini di riposizionamento strategico, nella trasformazione digitale del mondo (e del mercato) - quando è del tutto evidente, ormai, che l'immagine di un'azienda, la sua organizzazione, la sua operatività dipendono tutti da quegli strumenti digitali che le consentono, o no, di comunicare e di raggiungere velocemente e fruttuosamente i suoi obiettivi.
Se ci spostiamo da questo contesto generale al settore turistico, vediamo come anche qui il digitale riveste e rivestirà sempre di più un ruolo cruciale. Il turismo, lo sappiamo, ha risentito in modo particolare della crisi sanitaria ed economica legata al Covid-19. Dopo la fase di emergenza e la quarantena, le aziende ora stanno faticosamente tentando di ritrovare la normalità, e sono chiamate a impegnarsi a costruire delle strategie operative e commerciali che risultino efficaci a lungo termine. In questo senso, la digitalizzazione non può che svolgere un compito fondamentale, e sarà un vero e proprio acceleratore della ripresa, perché grazie alle nuove tecnologie, come l'Intelligenza Artificiale o i Big Data, le aziende potranno prevedere i bisogni del loro cliente e personalizzare l'offerta.
Già prima della pandemia, tutto il mondo del turismo è stato stravolto dalla vendita on line, che ha messo in crisi il settore delle agenzie di viaggio e dei tour operators tradizionali. In un breve giro d'anni, il più grande canale di vendita è diventato quello elettronico, in coerenza con il sempre più inarrestabile avvento della cosiddetta "civiltà dell'immagine", per il quale l'immagine, appunto, con il suo straordinario portato emotivo, è andata attestandosi come il principale strumento per raggiungere il potenziale viaggiatore, e indurlo a intraprendere un viaggio.
Al di là degli effetti devastanti del Covid sul pianeta-turismo, il pilastro della ripresa sul lungo periodo sarà proprio lo sviluppo di un'offerta turistica integrata che s'appoggerà quasi totalmente sul digitale, e sui professionisti in grado di massimizzarne le qualità. Dietro l'angolo ci aspetta il "turista digitale", blandito e curato in tutto e per tutto grazie all'apporto di tecnologie che mettano al centro la persona, il territorio valorizzato tramite digital marketing, e lo sviluppo del retail turistico-culturale attraverso il canale dell'e-commerce.
Imprimere al turismo uno sviluppo in chiave digitale, nel segno delle nuove tecnologie, comporterà, col tempo, l'inserimento dell'intera esperienza turistica nell'online. L'aspetto fisico e quello digitale è probabile che diventino un tutt'uno, così che l'intera preparazione-organizzazione del "tourist journey" possa svolgersi attraverso piattaforme integrate e interconnesse, in cui si potrà prenotare il viaggio e trovare l'hotel, comprare il biglietto per il museo e scegliere il ristorante: tutto in un'unica dimensione che passerà dai click ai touch alle app.
Negli anni '90, uno slogan rimasto famoso che animava lo spot televisivo di un tour-operator diceva: "Turista fai da te? Ahi ahi ahi". Potenziando i suoi canali digitali, l'intero settore turistico potrebbe rinnovarlo, spostando l'accento dal soggetto agente al processo interattivo dell'offerta che sarà chiamato a costruire: "Turismo fai da te? Ahi ahi ahi".

CIVILTÀ DELLE MACCHINE

FONDAZIONE ANSALDO



di Davide Trabucco

# In rete

La digitalizzazione degli archivi passa dall'uso di parametri internazionali condivisi. Solo così i contenuti diventano davvero accessibili.

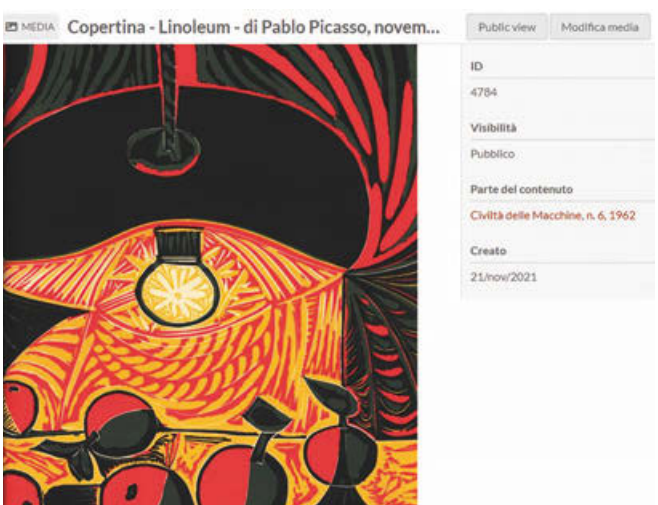
**Digitalizzare. Digitalizzare**. Digitalizzare. Oggi è una delle parole più utilizzate, specialmente in archivistica. È il futuro, la strada, la via da seguire. Pochi, tuttavia, conoscono veramente il significato di questa parola, o ancora meglio, nessuno si interroga su quali procedure richieda la digitalizzazione. Sembra facile. Dall'archivio fisico prelevo i documenti, li scansiono, li inserisco nel computer, li metto a disposizione dell'utenza.

Tuttavia digitalizzare significa affrontare una consistente quantità di operazioni. Innanzitutto è necessario avere le idee chiare fin dal principio. Intendo digitalizzare, ma su quali archivi voglio intervenire? Quante risorse umane ed economiche sono necessarie? A quali parametri faccio riferimento nell'esecuzione delle scansioni e nell'inserimento del materiale digitale? Di quale strumentazione usufruisco? La base da cui iniziare quindi deve fondarsi su principi ben stabiliti, facenti riferimento a quelle linee guida che l'International Council on Archives ha indicato. Fondamentale è l'interlocuzione con la Soprintendenza dei beni archivistici e bibliografici, nel caso siano archivi di enti pubblici o privati a voler imbastire un progetto di digitalizzazione. La collaborazione è fondamentale, sembra banale ma si possono condividere dubbi, aggiornandosi su nuove tecnologie, formati, linguaggi che rendono l'Archivistica una disciplina in continuo aggiornamento e mutamento.

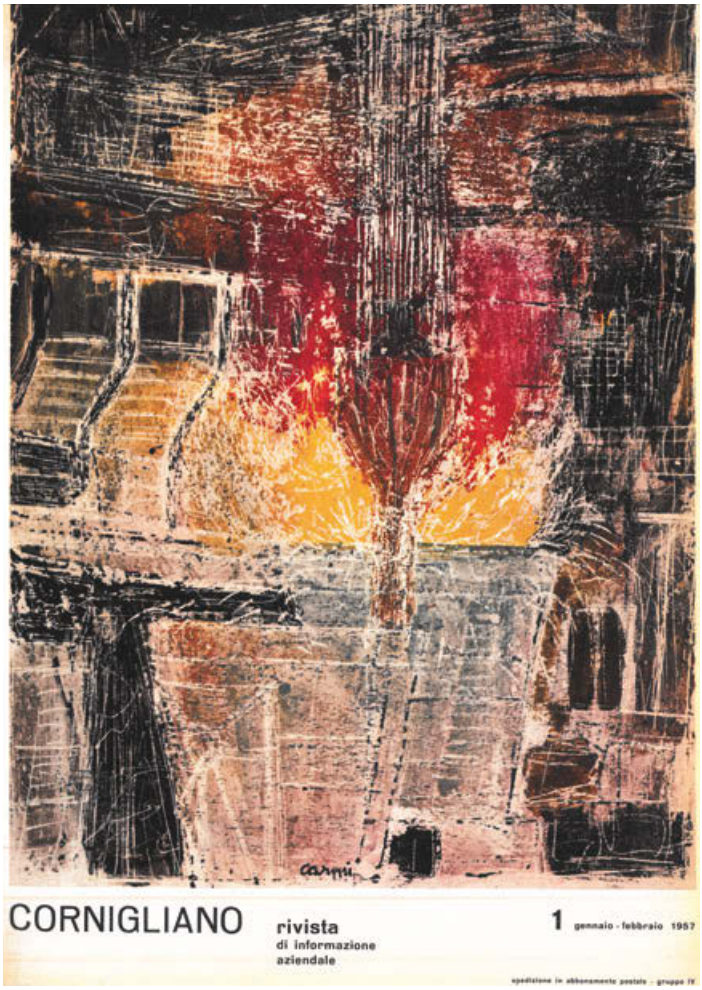
Le risorse umane sono un altro nodo fondamentale da sciogliere fin dal principio. A seconda del progetto di digitalizzazione bisogna essere consapevoli del numero di persone di cui si necessita, soprattutto è fondamentale applicare un'azione di coordinamento tra i vari soggetti coinvolti, in modo da operare con omogeneità, seguendo parametri ben definiti. In molti ritengono che la digitalizzazione sia un processo facile e veloce, ma trascurano il fatto che lo strumento digitale nasconde insidie e necessita di un know-how di cui non tutti dispongono. Spesso sono richieste competenze informatiche di livello avanzato e uno dei problemi che l'archivistica contemporanea sta affrontando è la formazione di archivisti preparati, formati anche a livello informatico, consapevoli che accanto all'archivistica classica c'è un mondo nuovo, in continua evoluzione. Tuttavia tale cognizione a livello generale non è stata ancora raggiunta, e spesso nelle scuole di specializzazione si fatica ad associare alla disciplina tradizionale, legata ai supporti fisici, la disciplina digitale, che rimane ancora un ambito in parte sconosciuto. In particolare, questione probante è quella dei linguaggi semantici. Nel momento in cui inserisco digitalizzazioni in una piattaforma o in un software apposito, devo conoscere il significato di "linked open data", "dublin core", "RDF", "SAN"... Associare a un prodotto digitale un vocabolario a cui chiunque possa attingere, non solo in Italia, significa rendere fruibile un contenuto a livello internazionale, e pensare davvero a una cultura inclusiva e allargata. L'obiettivo è la creazione di uno standard internazionale che fermi la proliferazione di "locally built applications" e metta a disposizione finalmente un linguaggio comune per elaborare un ambiente interoperabile, in cui diversi software applicativi riescano a dialogare reciprocamente in una modalità molto più efficace di quanto oggi non avvenga. Si può fornire così agli utenti ciò che si definisce come "an unprecedented level of uniform and rich access to image-based resources hosted around the world".

Il processo di digitalizzazione è quindi piuttosto complesso e richiede un cospicuo bagaglio di competenze teoriche-pratiche. Abbiamo a che fare con un'attività che comporta il rispetto di parametri ben precisi, per generare un prodotto omogeneo, uniforme, che non sia soltanto conforme alle linee-guida internazionali, ma che sia comprensibile agli utenti. L'obiettivo, come già detto, è pensare delle reti di archivi, collegamenti funzionali tra istituzioni culturali dove poter incrociare fonti, testimonianze, per favorire ricerche di studiosi, ricercatori, per soddisfare anche la curiosità di persone comuni a cui si renderebbe fruibile la conoscenza a portata di smartphone. Tuttavia il rispetto dei parametri non sempre viene osservato ed è compito del personale archivistico, che dev'essere competente e preparato in materia, agire nel rispetto del codice internazionale di deontologia, cooperando in sintonia con le indicazioni, sempre se si tratta di archivi di enti pubblici e privati, della Soprintendenza dei beni archivistici e bibliografici della propria regione.

Sono diverse quindi le anime coinvolte in un progetto di digitalizzazione, e oltre al rispetto dei parametri, come ad esempio il formato utilizzato per la scansione o la risoluzione, è necessario utilizzare una strumentazione corretta e coerente con la tipologia di archivio su cui intendo agire. Se il parametro di risoluzione non può essere inferiore a 400 dpi, ad esempio, devo lavorare su uno scanner che mi permetta di avere una risoluzione, una nitidezza della scansione che sia tale, da permettere all'utente a distanza, che è il "consumatore finale", di poter accedere al contenuto come se fosse fisicamente presente in archivio. Spesso ci si scontra con una realtà che non permette a diverse istituzioni culturali di poter disporre di una strumentazione adeguata. Uno dei drammi degli archivi è proprio la mancanza cronica di risorse, che impedisce di affrontare dei progetti di digitalizzazione all'apparenza fattibili, ma che invece comportano tra risorse umane ed economiche un investimento non indifferente. La scelta della strumentazione, oltretutto, dipende anche dal materiale archivistico che voglio digitalizzare. Se ho a che fare con documenti di formato superiore all'A3 devo essere consapevole che i comuni scanner potrebbero non essere sufficienti per ottenere una digitalizzazione accettabile. Inoltre l'attività di scansione comporta una certa manualità, precisione e attenzione da parte delle risorse coinvolte e c'è il rischio che alcuni strumenti possano danneggiare il documento storico, già di per sé delicato e fragile a causa dell'usura del tempo.




Periodici - Civiltà delle Macchine - Copertina-Linoleum di Pablo Picasso - Materiali digitalizzati - novembre-dicembre 1962, anno X, n. 6




Periodici - Corniglano - Copertina - Materiali digitalizzati - n. 1, 1957

Per concludere, la digitalizzazione è il futuro dell'archivistica ma nasconde insidie e rischi ed è necessario realizzarla con consapevolezza. Tra i progetti più significativi, a livello internazionale, vi è "IIIF", idea che nasce in ambito bibliotecario, che riunisce le maggiori biblioteche europee e i più significativi progetti di biblioteche digitali confederate (Europeana, World Digital Library, DPLA) oltre a due organismi di importanza capitale per la conservazione e la trasmissione dei contenuti culturali attraverso Internet quali sono Wikimedia e Internet Archive.
Fondazione Ansaldo, invece, ha appena avviato un progetto di digitalizzazione che comprende alcuni degli archivi più significativi tra quelli posseduti; operazione condivisa con la Soprintendenza, che si pone come obiettivo finale: l'utente. L'archivio "immobile" è diventato un archivio in "movimento", la cui comune accessibilità sarà il vero successo da perseguire.
Il sogno è un mondo di conoscenza accessibile ovunque, dalla propria abitazione, dal proprio telefono, che superi le barriere nazionali e continentali. Il digitale è uno strumento formidabile, in grado di generare "libertà", libertà di apprendimento, libertà di fruibilità, ma deve essere "guidato" tramite appositi criteri. Una libertà incontrollata, come spesso accade nel web odierno, potrebbe ottenere un effetto controproducente, creando confusione invece che conoscenza. L'archivistica è all'alba di un lungo viaggio, dove il "fare rete", la condivisione, stabilirà il successo o meno del percorso di digitalizzazione. Viceversa, una digitalizzazione fuori dai parametri stabiliti, o condotta in autonomia, sciolta da legami con altre istituzioni culturali, impedirà in parte all'archivistica di valorizzarsi, ignorando le potenzialità dell'informatizzazione.●

Fondazione Ansaldo - Lista contenuti Rivista Italsider 1960-1965

## Contenuti

Aggiungi un nuovo contenuto

Livello archivistico: RIVISTA ITALSIDER

1 di 1 — 1-29 di 29 — Ricerca avanzata — Titolo — Crescente — Ordina

Azioni in lotti — Vai

| Titolo | Archivio | Data | Consistenza | NumerazioneArchivio |
|---|---|---|---|---|
| Rivista Italsider, n. 1, 1960 | PERIODICI | 1960 dicembre - 1961 gennaio | pp. 40 | PER.000354/1 |
| Rivista Italsider, n. 1, 1961 | PERIODICI | 1961 gennaio - febbraio | pp. 44 | PER.000354/2 |
| Rivista Italsider, n. 1, 1962 | PERIODICI | 1962 febbraio- marzo | pp. 44 | PER.000354/8 |
| Rivista Italsider, n. 1, 1963 | PERIODICI | 1963 gennaio-febbraio | pp. 44 | PER.000354/14 |
| Rivista Italsider, n. 1, 1964 | PERIODICI | 1964 febbraio- marzo | pp. 40 | PER.000354/20 |
| Rivista Italsider, n. 1, 1965 | PERIODICI | 1965 gennaio-febbraio | pp. 40 | PER.000354/25 |
| Rivista Italsider, n. 2, 1961 | PERIODICI | 1961 marzo - aprile | pp. 48 | PER.000354/3 |
| Rivista Italsider, n. 2, 1962 | PERIODICI | 1962 aprile- maggio | pp. 40 | PER.000354/9 |
| Rivista Italsider, n. 2, 1963 | PERIODICI | 1963 aprile- maggio | pp. 44 | PER.000354/15 |
| Rivista Italsider, n. 2, 1964 | PERIODICI | 1964 giugno- luglio | pp. 40 | PER.000354/21 |
| Rivista Italsider, n. 2, 1965 | PERIODICI | 1965 marzo- aprile | pp. 48 | PER.000354/26 |
| Rivista Italsider, n. 3-4, 1964 | PERIODICI | 1964 giugno-settembre | pp. 40 | PER.000354/22 |

Corporate e private banking, dal 1888.

BANCA PASSADORE & C.

BANCA PRIVATA INDIPENDENTE

GENOVA • MILANO • ROMA • TORINO • FIRENZE
PARMA • BRESCIA • VERONA • AOSTA • ALESSANDRIA
IMPERIA • LA SPEZIA • ALBA • CHIAVARI
PORTOFINO • ALBENGA • BORDIGHERA • NOVI LIGURE

*www.bancapassadore.it*

# Equilibrio dinamico

I progetti di Fondazione Luzzati
Teatro della Tosse
per il prossimo triennio.

Foto: Piergiorgio Milano

**Equilibrio dinamico** è il nuovo progetto di Fondazione Luzzati Teatro della Tosse, in dialogo con il pubblico e con il territorio, un progetto con obiettivi chiari e calendario flessibile, reso possibile grazie al Ministero della Cultura (MIC), al Comune di Genova e alla Regione Liguria e sostenuto dalla Fondazione Compagnia di San Paolo.
A garantire pluralità di sguardi una nuova direzione artistica della Fondazione, costituita da un comitato composto da Emanuele Conte, Amedeo Romeo e Marina Petrillo, ma anche un dialogo costante con artisti e professionisti di altri ambiti disciplinari: Rootless Root per la rassegna di danza, Giovanni Di Cicco per la formazione permanente, Matteo Manzitti ed Electropark per la musica.
Centrali nel progetto, sia nelle attività di produzione che nelle ospitalità, le collaborazioni artistiche, nazionali e internazionali, finalizzate a garantire apertura, contemporaneità, varietà di generi, per un teatro non autoreferenziale, che accetti anche di essere imperfetto, senza paura di esplorare strade meno comode.
Le nuove produzioni saranno affidate a registi e drammaturghi provenienti da esperienze diverse, che, partendo da drammaturgie originali, offriranno al pubblico un'indagine sul contemporaneo: Emanuele Conte, presidente della Fondazione Luzzati Teatro della Tosse e regista residente, da sempre promotore di una forma di teatro che "abita i luoghi", in dialogo con lo spazio; Giovanni Ortoleva, trentenne regista di teatro e cinema (vincitore del Premio Ermanno Olmi 2021), capace sorprendentemente di parlare a un pubblico molto giovane senza uscire da una visione classica del teatro e della messinscena; Gianfranco Berardi e Gabriella Casolari, coppia di artisti che con la loro forma di teatro unica e personale affronta i temi del contemporaneo, con drammaturgie ironiche e dal forte impatto emotivo; e ancora Oscar de Summa, Laura Sicignano, Pino Petruzzelli, Edoardo Ribatto e le riprese degli spettacoli di Rosario Lisma e Barbara Moselli.
Diversi saranno gli ambiti di indagine dei prossimi anni. La nuova drammaturgia - italiana e internazionale - continuerà a essere oggetto di grande attenzione, sia nella produzione che nell'ospitalità, anche per favorire il ricambio generazionale, sostenere il talento e promuovere lo sviluppo di nuovi linguaggi.
Proseguirà la tradizione di ospitalità di spettacoli dei grandi maestri della scena europea e collaborazioni internazionali, oltre che di grandi artisti della scena italiana iscrivibili in questo filone. Flavia Mastrella e Antonio Rezza, Leoni d'oro alla carriera nel 2018, in marzo la prima nazionale del nuovo spettacolo di Familie Flöz FESTE, tre lavori della compagnia italo tedesca Barletti Waas, tanti spettacoli di teatro fisico, tra il nuovo circo e la danza, tra cui la prima nazionale di OMBRES PORTEES, della regista e coreografa Raphaëlle Boitel, che inaugurerà l'edizione 2022 della rassegna di danza Resistere e Creare.
L'internazionalità troverà spazio anche nelle nuove produzioni con CONFINI, coproduzione Fondazione Luzzati Teatro della Tosse, TNL - Théâtre National du Luxembourg, Ravenna Festival, ErosAntEros - POLIS Teatro Festival, che ha debuttato nel 2021 al Campania Teatro Festival.
Continuerà la grande tradizione delle proposte di teatro fuori dal teatro grazie alla quale la Fondazione Luzzati Teatro della Tosse ha "abitato" i luoghi più improbabili, portando centinaia di migliaia di spettatori in spazi non convenzionali, in piazze, fabbriche dismesse, vicoli, navi, forti, borghi, forti dell'insegnamento di Emanuele Luzzati "il teatro si può fare ovunque, persino in teatro".
Per il prossimo triennio questa competenza sarà ulteriormente valorizzata sia attraverso i tradizionali spettacoli estivi, al Parco Villa Duchessa di Galliera e nel borgo di Apricale, sia costruendo percorsi multidisciplinari e performativi in luoghi del tutto nuovi, per dare nuova vita alle esperienze del teatro fuori dal teatro.

Lea Barletti e Werner Waas

Anche la musica dal vivo continuerà a occupare uno spazio rilevante nei programmi. Centrale in questo senso l'esperienza unica de La Claque in Agorà, divenuto, in poco più di 10 anni, uno spazio per la musica tra i più interessanti in Italia, accogliendo organizzatori e artisti nazionali e internazionali, unitamente a nuove emergenze del territorio.
Nella stessa direzione la rete di collaborazioni con Le Strade del Suono, rassegna di musica contemporanea diretta da Eutopia Ensemble partita nel 2013 proprio al Teatro della Tosse; con il festival Electropark, con Disorder Drama e Incadenza Live, tutte realtà attive nell'ambito della musica contemporanea.
Numerosi saranno i progetti e le attività realizzate in ascolto alle istanze del territorio e agli stimoli nazionali e internazionali: residenze, laboratori, corsi di alta formazione, proposte di associazioni e istituzioni.
Il Teatro del Ponente a Voltri sarà destinato a un sistema di residenze creative in ambito multidisciplinare e a un centro di alta formazione per la danza, affidato al coreografo e danzatore Giovanni Di Cicco.
In questa direzione, inoltre, il coinvolgimento della Fondazione nel progetto Antroposcene, nato dalla sinergia tra Dolceacqua, Soldano e San Biagio della Cima, comuni dell'imperiese, ETT Solutions Spa, CAI di Bordighera e Fondazione Luzzati Teatro della Tosse, che si è aggiudicato uno dei quattro finanziamenti in Liguria, tramite il bando In Luce promosso dalla Fondazione Compagnia San Paolo.
Il progetto sarà finalizzato alla valorizzazione delle identità culturali e delle specificità etno-antropologiche di tre borghi della Val Nervia nell'imperiese attraverso mostre, eventi teatrali-musicali e visite esperienziali.
Il 2022 segnerà un passo importante anche nel lavoro sulla danza con l'ottava edizione di Resistere e Creare, rassegna

Foto: Piergiorgio Milano

Memoire - © Raphaelle Boitel

internazionale diretta dal 2015 da Michela Lucenti e Marina Petrillo, che ha portato avanti una indagine sulla collettività e sull'arte, in forte connessione con il territorio, gli spazi pubblici, le associazioni di quartiere, gli operatori e i festival.
La rassegna registra quest'anno novità importanti: l'ingresso della compagnia greca Rootlessroot nella direzione artistica; il work in progress per la realizzazione della scuola di alta formazione Azione Silenziosa con Giovanni Di Cicco; l'attivazione della rete ERT Emilia Romagna Teatro Fondazione - Fondazione Luzzati Teatro della Tosse - CSS Udine per favorire la circuitazione di artisti e spettacoli internazionali. In fase di studio anche un progetto europeo con la compagnia Ultima Vez, del coreografo Wim Vandekeybus.
Non mancherà la stagione di teatro per ragazzi, con una selezione delle migliori compagnie italiane e la diffusione delle produzioni di maggior tradizione, cui si aggiungerà la tournée dei lavori realizzati nel periodo della pandemia.
Pagina importante del prossimo triennio saranno infine le attività di formazione, per professionisti e non, tra cui in particolare due progetti: L'azione silenziosa (corso di perfezionamento per danzatori professionisti promosso dalla compagnia DEOS - Danse Ensemble Opera Studio, diretto dal coreografo Giovanni Di Cicco); "Per un teatro indispensabile" della Compagnia Berardi Casolari, progetto di promozione culturale a forte inclusione sociale finalizzato a creare gruppi integrati di cittadini, con particolare attenzione rivolta alle persone con disabilità.

CONFINDUSTRIA GENOVA

CELIVO

## PREMIO PER ESPERIENZE INNOVATIVE DI PARTNERSHIP SOCIALI 2022

Nel 2022, per il diciottesimo anno consecutivo, Confindustria Genova e Celivo bandiscono il Premio per esperienze innovative di partnership sociali tra imprese e organizzazioni di volontariato e/o Enti del Terzo Settore (ETS), per dare un riconoscimento alle iniziative di collaborazione sul territorio della città metropolitana di Genova realizzate o avviate nel corso del 2022, entro la data di scadenza del Premio (14 ottobre 2022).

*Al seguente link sono disponibili maggiori dettagli ed è scaricabile la scheda di partecipazione*
https://www.celivo.it/PREMIO_PER_ESPERIENZE_INNOVATIVE_DI_PARTNERSHIP_SOCIALI.php

© Simon Wachter

di Massimo Morasso

# Creatività letteraria

## La Liguria che scrive e l'Italia che legge (poco).

**Nel nostro paese**, si sa, tutti scrivono ma quasi nessuno legge. Da sempre, si dirà: in fondo siamo un popolo di santi, poeti e navigatori, e non certo di lettori. Ma il problema è che la disaffezione alla lettura in età scolare sta diventando una vera e propria piaga socio-culturale, con degli effetti di rimbalzo potenzialmente deflagranti. Il no secco al tempo raccolto della lettura si può riassumere in tre tendenze egualmente inquietanti, che coinvolgono le ultime generazioni, quella dei "Millennial" (i nati fra il 1981 e il 1996) e dei "digitarian", o generazione Z (i nativi digitali, coloro cioè che sono venuti al mondo fra il 1996 e il 2012), e c'è il rischio che possano addirittura travolgere la generazione immediatamente successiva, la "Alpha" dei bimbi che oggi hanno dieci anni o anche meno: l'incapacità di dialogo e la carenza di senso critico, la difficoltà ad acquisire e decodificare messaggi per comunicare, la progressiva riduzione del sapere concreto.
Stando alle più recenti indagini e statistiche, oggigiorno perfino tre laureati su dieci non leggono neanche un libro all'anno nel loro tempo libero, non importa se in versione cartacea o e-book.
E la già tristissima percentuale sale ancora nel ceto dirigenziale, dove quattro individui su dieci gestiscono e dirigono delle aziende, appunto, ma, a quanto pare, non aprono mai e poi mai un libro, quantomeno "per diletto". Eppure, per uno di quei paradossi che è difficile motivare in poche parole, l'offerta editoriale è in crescita, come se la produzione di questo straordinario bene insieme materiale e immateriale, il bene-libro, non dipendesse dalla domanda.
Le cose non stanno proprio così, naturalmente (la questione è complessa e riguarda, fra l'altro, le politiche di costruzione dell'immaginario e le strategie di democratizzazione della conoscenza), ma il proliferare del prodotto libro nel semideserto del suo potenziale fruitore genera interrogativi non da poco su natura, visioni e margini di manovra dell'industria editoriale prossima ventura.
Passando dal generale italiano al particolare della nostra regione la situazione non cambia di molto. Anche se in prospettiva nazionale il nostro primato d'anzianità garantisce qualche punto percentuale in più di lettori, in coerenza con l'attitudine dei cosiddetti "boomers" (i nati tra il 1946 e il 1964), e dei loro padri e madri eventualmente ancora in vita, a distanziarsi almeno un po' dalle tecnologie a forte impatto immaginifico - dalla tv agli smartphone -, e a continuare a coltivare qualche spazio di sogno e riflessione per via cartacea. Se non, addirittura, mirabile dictu, per via narrativa. Per loro, per i "boomers", o meglio, per alcuni resilienti fra di essi, la lettura non ha perso del tutto l'aura, ed è ancora uno strumento di liberazione della mente - o, perlomeno, è considerato ancora un passatempo praticabile.
Ma se mancano i lettori, anche qui in Liguria gli scrittori non mancano. E, anzi, a giudicare dagli scaffali con le novità in libreria, stanno aumentando in numero e visibilità. In assenza di grandi editori liguri, di "prima fascia" nel sistema distributivo e di marketing, i nostri scrittori di maggiore appeal commerciale hanno iniziato a pubblicare per le case editrici nazionali.
Il fenomeno è in crescita e non riguarda tanto gli "emigrati" in metropoli, come per esempio Marco Cubeddu, quanto gli "indigeni" che vivono e scrivono in Liguria, e che pure riescono ad accasarsi lo stesso presso i grandi gruppi (Mondadori, GEMS) e i marchi milanesi (Rizzoli, Garzanti,

Longanesi), romani (Laterza) e torinesi (Einaudi). Una parte rilevante del merito di tanto altolocata esportazione va alle agenzie e alle officine letterarie che fra i loro soci e collaboratori annoverano anche degli "infiltrati" genovesi, che fungono da talent-scout e mentori di riferimento per la brigata ligure all'assalto del fortino, non più inattaccabile, dell'editoria che conta.

Soltanto l'anno scorso, nel 2021, sono usciti almeno sei libri con importanti ambizioni di ritorni di stampa e di vendita a firma di autori made-in-Liguria. Si tratta di "Contare le sedie" di Ester Armanino (Einaudi), "Il mare dei fuochi" di Marco Buticchi (Longanesi), "Con l'arte e con l'inganno" di Valeria Corciolani (Rizzoli), "La banda degli Dei" di Barbara Fiorio (Rizzoli), "Nel tempo sbagliato" di Bruno Morchio (Garzanti) e "I miracoli esistono" di Sara Rattaro (Mondadori). Due altri volumi, "Ahi, Sudamerica!" di Marco Ferrari e "Fine della corsa" di Claudio Paglieri, sono stati tirati con marchi quasi altrettanto prestigiosi quali Laterza e Piemme, oggi nell'orbita del Gruppo Mondadori (come quasi tutto in Italia, del resto). Due ulteriori buoni libri sono usciti con editori medio-piccoli di belle e ben motivate speranze, le milanesi Morettini e Solferino, quest'ultimo marchio minore del Gruppo RCS: stiamo parlando di "Lady Constance Lloyd. L'importanza di chiamarsi Wilde" di Laura Guglielmi e di "Niente da perdere" di Antonio Ornano. Questa coppia di storie diversamente romanzesche concepite da una brava giornalista militante (Guglielmi) e da un bravo attore comico (Ornano) liguri sono approdate su lidi extra-territoriali di medio cabotaggio, che possono fungere da trampolini di lancio verso l'Empireo dell'editoria maggiore: a decidere dei prossimi passi di smercio dell'ingegno di questi autori sarà, qui come quasi sempre, e vieppiù in questi tempi di "povertà" culturale, il consenso che avranno saputo conquistarsi, misurato, va da sé, in termini di vendite. Quelle vendite che, con tutta probabilità, interessano poco a Marino Magliani, il quale, con "Il cannocchiale del tenente Dumont", pubblicato dalle edizioni romane de L'Orma, ha composto un nuovo importante tassello del suo mosaico narrativo, e che senza dubbio non turbano il sonno della decana delle nostre Lettere, la quasi centenaria Camilla Salvago Raggi, che ha appena pubblicato "Un tempo lontano. Vita di Giuseppe Salvago Raggi" (suo nonno) con Lindau, una casa editrice indipendente di Torino.

Se si considera che l'anno scorso non è uscito niente dalle penne - dai file - del già citato Marco Cubeddu, di Riccardo Gazzaniga, di Lorenzo Licalzi, di Claudia Priano, né del più fine Giuseppe Marcenaro, tutti autori di prestigioso pedigree editoriale, si vede con chiarezza quale portata abbia questo (fino a pochi anni fa impensabile) processo di "esportazione" a un buon livello promozionale della nostra migliore creatività letteraria. La cosa, però, più in prospettiva, va ricondotta purtroppo allo scenario desolato cui s'è accennato prima. Gli scrittori liguri crescono, anche in Italia, ma intanto i lettori liguri (e non soltanto loro) diminuiscono. Dal punto di vista numerico la Liguria che scrive rischia, ormai, sempre di più di corrispondere a poco meno della Liguria che legge. E la Liguria che legge è fatta soltanto in minima parte di ragazzi. Contraddizioni di un tempo sempre più complesso, dove i tanti attori della "cosa" letteraria convivono con un pubblico ristretto e disattento, in un contesto sempre più ostile allo sviluppo della buona pratica della lettura.●

di Luciano Caprile

# Libertà

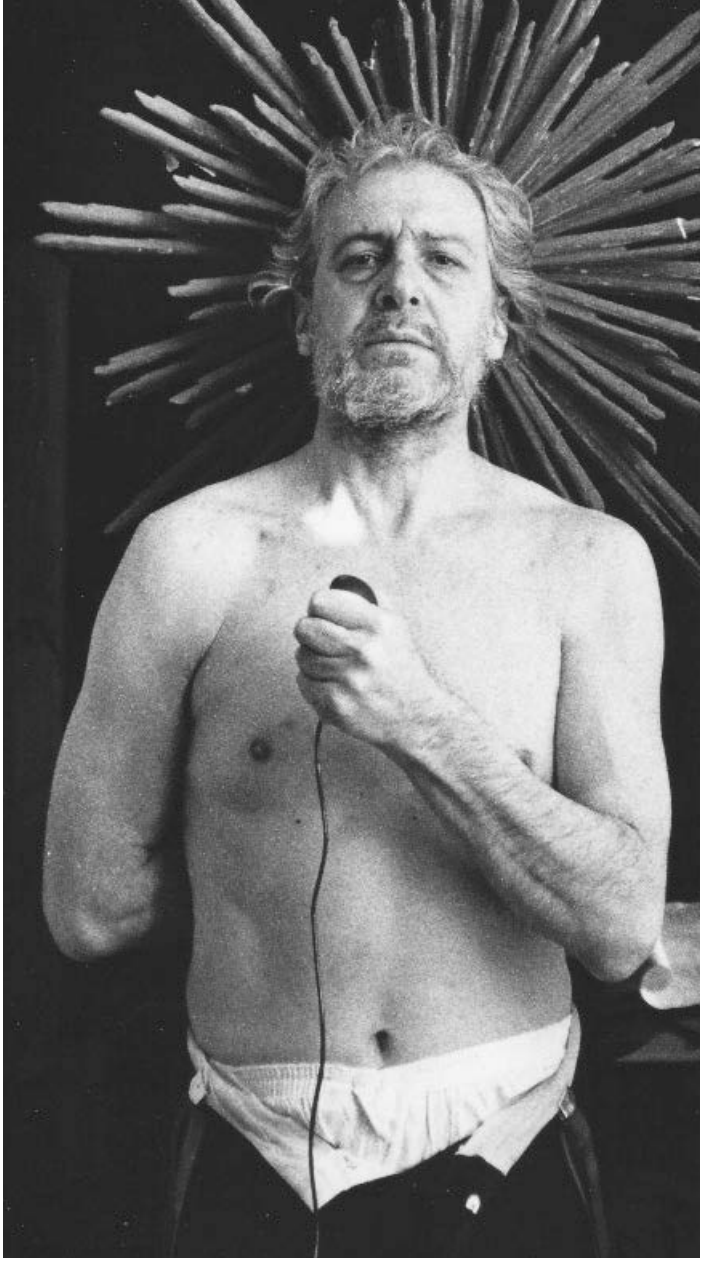
## L'arte senza compromessi di Giannetto Fieschi.

**Era nato a Zogno**, una località della Val Brembana, il 10 giugno 1921, ma Giannetto Fieschi è cresciuto e si è radicato in quella Genova che, a partire dall'autunno dello scorso anno, ha celebrato il centenario della sua venuta al mondo con una serie di omaggi, curati da Andrea Del Guercio e da Fabrizio Bombino. Il 27 novembre si è inaugurata al Museo Diocesano la mostra "Fieschi dentro il sacro", mentre alcune sale del Palazzo Ducale hanno ospitato una rassegna di sue opere dal 17 dicembre al 15 gennaio. Ora è invece il Museo di Villa Croce ad accogliere un'ampia retrospettiva del Maestro dal 10 febbraio alla fine di maggio.

Questa è l'occasione per ripercorrere il tragitto creativo di un protagonista della pittura non solo italiana del secondo Novecento.

Discendente da una delle più importanti famiglie genovesi, ha scelto fin da subito di affidarsi a un un gesto lontano dal compiacimento rappresentativo: quando viene invitato alla Biennale di Venezia del 1948 e quindi nel 1950, espone opere dal taglio espressionista debitrici di un certo surrealismo decantato da Arshile Gorky e di una libertà da riflettersi nel New Dada.

Questi lavori destano sconcerto anche per i temi trattati, uno sconcerto che si tramuta in scandalo allorché egli propone un ciclo della Via Crucis al Centre Saint Jacques di Parigi: «Volevano bloccare tutto. Dava fastidio il mio modo di rappresentare il Cristo come un uomo sconfitto, privo di braccia e quindi impossibilitato anche fisicamente a combattere il male che subiva con palese ingiustizia», ricordava Fieschi. Tra il 1953 e il 1955 ha soggiornato negli Stati Uniti dove ha realizzato lavori che sembravano addirittura preannunciare la "pop art". Infatti certi collage, certe annotazioni pubblicitarie inserite nelle sperimentazioni di allora avvaloravano tale considerazione.



Giannetto Fieschi, *Autoscatto*, 1970 circa

Giannetto Fieschi, *Il Cireneo prende la Croce*, 1952, tempera e smalti su tela, 97 x 195 cm

Giannetto Fieschi, *Pilato se ne lava le mani*, 1952, tempera su tela, 97 x 195 cm

Giannetto Fieschi, *Deposizione*, 1943, olio e smalti su tavola, 81,5 x 119 cm

Ma Fieschi non ha mai voluto speculare su tali intuizioni che gli avrebbero procurato insperati onori quale precursore di una fortunata avanguardia che qualche anno dopo avrebbe conquistato il mondo intero.
Non era tipo da scegliere scorciatoie o compromessi per compiacere il mercato: «Sono sempre stato un uomo scomodo per la mia inesauribile voglia di libertà». Un atteggiamento rivolto a chi criticava la sua arte che avrebbe goduto una fortuna ancor più ampia se avesse ceduto alla piacevolezza formale.
Invece i suoi capolavori emergono da una imprescindibile durezza dichiarativa. Ne è un'ulteriore testimonianza il quadro monumentale intitolato "Antonio Lorenzo Lavoisier dall'alto del patibolo dichiara e proclama l'indistruttibilità della materia", esposto alla Biennale veneziana del 1964 dove la qualità pittorica, che per intensità e qualità timbrica rimanda a celebrati maestri del passato, si sposa a una inquietante denuncia descrittiva.
Giannetto Fieschi ha continuato a lavorare con inalterata coerenza nel suo studio del centro storico e a contemplare Genova dalla sua abitazione in Castelletto che rifletteva nel clima e negli addobbi lo spirito dei suoi dipinti e la preziosità di certe annotazioni di un glorioso passato. Tutto questo fino all'ultimo, fino al 13 marzo 2010, quando il filo della vita e dei suoi misteri si è per lui definitivamente interrotto.●

Museo Diocesano di Genova - Foto: Matteo Carassale

ReLife

LIFE FROM RECYCLING

## DAL RICICLO ALLA PRODUZIONE. INSIEME PER CREARE VALORE.

Produciamo imballaggi sostenibili, raccogliendo e trasformando nei nostri impianti gli scarti di produzione delle vostre aziende. In questo circolo virtuoso, non ci sono più Clienti e Fornitori, ma Partner per l'Ambiente. Voi e noi. Insieme.
Per abbattere le emissioni di $CO_2$. Per garantire il massimo della sostenibilità per i nostri prodotti e il loro valore etico ed economico.

## QUESTA È LA NOSTRA ECONOMIA CIRCOLARE. INSIEME LA STIAMO REALIZZANDO.

Plastipoliver → ReLife PLASTIC PACKAGING

General Packaging → ReLife PAPER PACKAGING

Cartiera Bosco Marengo → ReLife PAPER MILL

Benassi, Ecolfer, Usvardi e Valfreddana → ReLife RECYCLING

## IL FUTURO DEL GRUPPO RELIFE DALLA STORIA DELLE NOSTRE AZIENDE.

www.relifegroup.com

Upcycling Together

# Il tuo Centro Porsche a Genova.

Il Porsche Service Center rappresenta a 360 gradi l'ufficialità Porsche.
Affidabilità, grazie all'impiego di strumenti e ricambi originali Porsche.
Ufficialità, con un ampio show room che accoglie i modelli della gamma e l'usato selezionato da Erre Esse e garantito Porsche Approved.
Competenza e dedizione, con un Team composto da tecnici Certificati che assicurano il servizio di assistenza e soddisfano il tuo desiderio di passione sportiva firmata Porsche.

#drivenbydreams al Centro Assistenza Porsche Genova.

**Centro Assistenza Porsche Genova**
Erre Esse S.p.A.
Via Adamoli 347, Genova
Tel. 010 83 51 911

PORSCHE