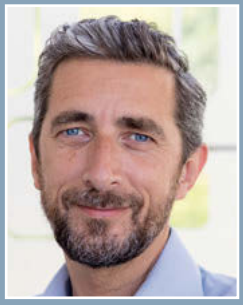
CONFINDUSTRIA
GENOVA

Genova Impresa

2-2023

editoriale
NICOLETTA VIZIANO
Turismo D.O.P.



l'intervista
LORENZO DE MICHIELI
Dalla ricerca al mercato

unico / replicabile

BIMESTRALE DI INFORMAZIONE ECONOMICA, POLITICA E CULTURALE • I.P. • ANNO XXXIV • N.2 • MARZO - APRILE 2023 • POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE -70% CB-NO/GENOVA

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

SANGIORGIO servizi s.r.l.
Services provider

- Trasporti diretti
- Trasporti e spedizioni A.D.R.
- Spedizioni nazionali-internazionali
- Rete distributiva giornaliera
- Trasporti medicali
- Servizi technical courier
- Servizi dedicati "on demand"

ALENA
LOGISTIC NETWORK

- Deposito merci
- Gestione magazzini
- Approntamento spedizioni
- Logistica sanitaria
- Gestione archivi documentali
- Aree dedicate HACCP
- Facility management
- Outsourcing

www.sangiorgioservizigenova.it

"Conventional & alternative logistic services"

Genova Impresa

GENOVA IMPRESA
Bimestrale
Confindustria Genova
N. 2/2023

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
Marco Bressani, Luciano Caprile, Francesco Caruso, Michele Corti, Pier Francesco Ferrari, Filippo Ferroni, Andrea Fornasiero, Giacomo Franceschini, Giuseppe Michele Giacomini, Enrico Gollo, Monica Gori, Sonia La Rosa, Annaluce Licheri, Roberto Mogranzini, Giacomo Montanari, Massimo Morasso, Pietro Repetto, Elisa Roncagliolo, Luca Sabatini, Francesca Sanguineti, Francesca Sivori, Tullio Tolio, Nicoletta Viziano, Pier Antonio Zannoni

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

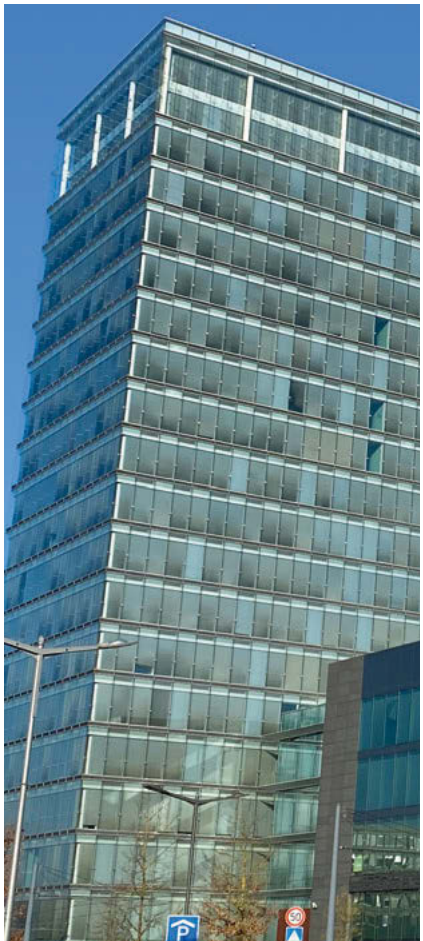
Concessionaria Pubblicità:
GGallery srl
Piazza Manin, 2BR - 16122 Genova
Tel. 010 888 871
genovaimpresa@ggallery.it

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

Nicoletta Viziano

Lorenzo De Michieli



4 editoriale
TURISMO D.O.P.
di Nicoletta Viziano

6 Confindustria
A VISTA
di Giacomo Franceschini

14 l'intervista
DALLA RICERCA AL MERCATO
di Piera Ponta

2/2023

19 unico/replicabile
IL FATTORE UMANO
di Tullio Tolio

SI PUÒ FARE?
di Filippo Ferroni

SOUND AND BUZZ
di Monica Gori

DAL TERROIR ALLA TAVOLA

MULTIPLI D'AUTORE
di Luciano Caprile

MATERIALIZZARE UN'IDEA
di Enrico Gollo

DALLA PREVENZIONE ALLA CURA
di Pier Francesco Ferrari

BUONI ESEMPI
di Francesca Sanguineti

MONDI POSSIBILI
di Luca Sabatini

UN PREMIO UNICO
di Pier Antonio Zannoni

42 da Genova a...
SLIDING DOORS
di Matilde Orlando

44 competizione & sviluppo
CODIFICARE LA CONOSCENZA

PROCURA EUROPEA
di Giuseppe Michele Giacomini

SCOUTING STEP BY STEP
di Francesco Caruso

MyES
di Andrea Fornasiero

AL SERVIZIO DEL PORTO
di Sonia La Rosa

LE MOSSE GIUSTE
di Roberto Mogranzini

60 ESG
OBBLIGO O OPPORTUNITÀ?
di Marco Bressani

TASSONOMIA GREEN
di Elisa Roncagliolo

64 Confindustria La Spezia
ORIENTAMENTO AL LAVORO

68 piccola industria
FACCIAMO IL PUNTO

72 comunicazione
CANZONE NON DISPONIBILE
di Annaluce Licheri

74 CSR
MADAGASCAR
di Francesca Sivori

76 Fondazione Ansaldo
REPLICABILE È RIVOLUZIONARIO
di Pietro Repetto

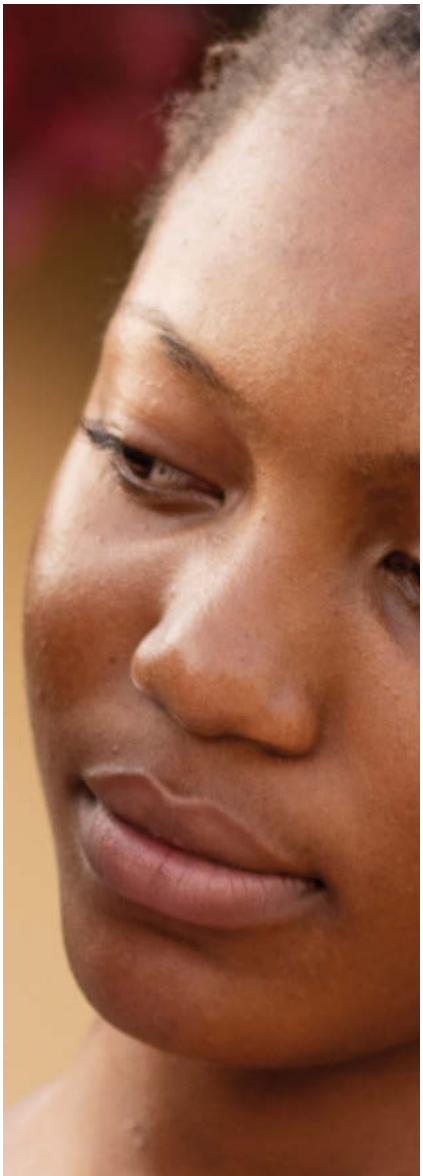
82 la città
A PAGINE SPIEGATE!
di Giacomo Montanari

È QUI LA FESTA?
di Michele Corti

88 cultura & società
MAN RAY
di Luciano Caprile

RICERCA E SORPRESA

95 industria & letteratura
OTTIERO OTTIERI
di Massimo Morasso



EDITORIALE

di Nicoletta Viziano

Turismo D.O.P.

Per chi si occupa di aumentare l'attrattività del sistema territoriale, la dialettica in gioco tra "unicità" e "replicabilità" è fra le più importanti e teoricamente stimolanti riflessioni. Che cosa vuol dire, oggi, produrre e gestire cultura, e sviluppare turismo? Innanzitutto cultura e turismo sono termini vasti di per sé, che hanno un grande "peso" semantico, e sono riferibili a un'ampia gamma di significati e azioni, ma sono anche termini perfetti per discutere e testimoniare fertilmente il problema del rapporto tra l'unico e il replicabile.

Nel marketing territoriale "classico", l'offerta si basa sul valore delle caratteristiche di unicità, non replicabilità e attrattività dell'offerta e, in ultima analisi, sulla spendibilità delle qualità materiali e immateriali di un territorio. All'interno di una logica di competitività di mercato, noi gestori e comunicatori della "res turistica" siamo chiamati a mettere in atto quelle strategie complesse nelle quali l'idea di unicità va, per così dire, a braccetto con quella di replicabilità. Il che, sollecita più di qualche riflessione. Nella nostra società di massa tecnologicamente avanzata, tutto ciò che ci circonda tende a non darsi (quasi più) nella sua unicità. Il nostro è il tempo della riproducibilità, dove il pericolo di perdita dell'aura denunciato dal filosofo Walter Benjamin, ormai quasi novant'anni fa, non riguarda più soltanto l'opera d'arte in senso stretto, ma tutto ciò che può essere diffuso in modo massivo attraverso la sua riproduzione su scala industriale, compresi gli strumenti promozionali ATL chiamati a creare immagine e consapevolezza di un brand territoriale, o la "messa in comune" di dati e informazioni nell'agorà virtuale del web e del cyberspazio: cioè a dire, insomma, tutto, o perlomeno quasi tutto - fino agli estremi della cosiddetta realtà aumentata e del metaverso, nelle propaggini del quale ci aggiriamo come davanti al limite fra ciò che esiste ed è fisicamente esperibile e fruibile, e ciò che dei processi di progettazione digitale a monte puntano a rendere confortevolmente riproducibile, e accessibile, su dispositivi sempre più sofisticati e intelligenti.

Ma, mentre la cultura visuale fa il suo corso, nel bene e nel male, sovrapponendosi e, addirittura, sostituendosi alla cultura scritta, la cultura del turismo in generale, e la cultura del turismo culturale in particolare, hanno l'esigenza di mediare tra le opportunità generate dall'economia della replicabilità della merce - dove una merce del tutto speciale e in continua metamorfosi è proprio il territorio - e la necessità della sua promozione nel segno attrattivo di una singolarità qualificante.

Non c'è dubbio che i diversi player attivi nel comparto turistico-culturale possano e, anzi, debbano appoggiarsi alle attitudini industriali e alle tecniche di comunicazione e di marketing connessi in vario modo alla replicabilità e alla virtualizzazione del mondo, ma questo, a ben vedere, hanno da farlo in vista di obiettivi che sono rintracciabili lungo la strada della costruzione dell'immaginario dell'unicità: una strada piena di beni materiali e immateriali che esprimono identità, e di iniziative di entertainment ed edutainment le più varie legate alle tradizioni locali; dal lato logistico e promozionale della questione, una strada piena di incentivi all'utilizzo in senso lato "culturale" del tempo libero, in un'ottica di sviluppo del gusto/piacere per la frequentazione del patrimonio storico-architettonico o per la riappropriazione in senso esperienziale di spazi rurali d'eccellenza, con le relative ricadute in termini di pianificazione e implementazione delle filiere turistiche e ricettive, di campagne e pacchetti promozionali eccetera... Il mezzo del "replicabile" dev'essere messo, insomma, al servizio del fine della pubblicità dell'"unico". La connessione fra offerta territoriale e volontà del potenziale cliente sarà tanto più stretta quanto più i promotori di località sapranno individuare ed enfatizzare in modi convincenti tipicità e caratteristiche distintive, generare intriganti orizzonti d'attesa a mezzo della comunicazione di "particolarità" ed eccezionalità storico-paesaggistiche, favorire la realizzazione e la promozione di iniziative creative territorialmente connotate, e così via.

È evidente che questa sorta di doppio binario commercialmente strategico non vale solo per la comunicazione dell'industria turistico-culturale, ma è sotto gli occhi di tutti la complessità d'insieme dell'articolazione della narrativa autopromozionale che gli attori di tale industria devono mettere in campo, rispetto a quelli di altre filiere produttive meno stratificate e sensibili, per conseguire le loro finalità di mercato.

Si potrebbero fare moltissimi esempi a riguardo. La lezione sarebbe sempre la stessa: i manager e i comunicatori del turismo culturale devono tener conto di tantissimi elementi, ma anche e soprattutto del fatto che il loro "prodotto" potrà risultare tanto più appetibile, quanto più sapranno evidenziarne le caratteristiche di unicità. L'incremento del valore economico legato alla capacità di attrazione di flussi turistici e di investimento è l'effetto della capacità di stimolare sinergie tra i fattori di attrattività locali, in grado di migliorare le performance che un determinato territorio è capace di esprimere. Al di là dell'iperturismo e della turistificazione seriale - che possono risultare impattanti in termini ambientali e, alla lunga, rischiano di generare un effetto di calo d'interesse per i turisti più sensibili - la parola d'ordine che oggi risponde bene a questa domanda di attrattività è "esperienza". Tanto che è possibile dire che orientare l'offerta turistica verso lo sviluppo del turismo culturale sia riportare al centro l'unicità di un luogo e l'esperienza vissuta di chi lo fruisce. Con buona pace del mordi-e-fuggi occasionale, il turismo è davvero turismo "culturale" quando consente a chi lo pratica di immergersi, foss'anche per pochi giorni, in uno stile di vita locale, e in ciò che ne costituisce l'identità, il carattere e l'unicità dell'esperienza. A noi operatori e comunicatori di settore spetta la responsabilità di continuare a costruire dei sistemi di scambi virtuosi, in cui offerta e domanda di fruizione turistico-culturale si autoalimentino attraverso meccanismi e relazioni di influenza e stimolazione reciproca, avendo ben presente che valorizzare un territorio significa, innanzitutto, tutelarne ed evidenziarne i connotati di tipicità e unicità.●

Nicoletta Viziano è Vicepresidente Confindustria Genova
con delega a Turismo, Cultura e Comunicazione

CONFINDUSTRIA

di Giacomo Franceschini

A VISTA

Il Centro Studi di Confindustria Genova ha elaborato la periodica indagine sugli indicatori economici connessi all'operatività delle imprese associate.

Nel secondo semestre 2022, l'economia genovese è riuscita a segnare una crescita ma, ai diversi fattori di "resilienza" che hanno portato a questo risultato, si accompagnano altrettanti elementi di instabilità, che obbligano le imprese a navigare "a vista" in un contesto di incertezza.

•••

Elementi di scenario

Prezzi dell'energia in calo, inflazione ancora alta, tassi in forte rialzo. Tra luci e ombre, nella seconda parte dell'anno l'economia italiana va meglio dell'atteso. L'industria rallenta, ma resiste; i servizi rimangono stabili. Il comparto delle costruzioni è invece in difficoltà. Tengono il reddito totale delle famiglie e i consumi, regge il mercato del lavoro. Export incerto: nell'Eurozona più ottimismo, segnali misti negli USA, mentre in Cina diverse ombre si addensano sulla crescita.

Il secondo semestre 2022 ha sorpreso favorevolmente per l'ottima tenuta dell'economia italiana, che ha frenato nel 3° trimestre (ma meno del previsto) e poi ha limitato al minimo il segno meno nel 4° (appena -0,1%), quando il gas era ancora molto caro (94 euro/mwh in media): la maggior parte degli analisti si attendeva invece un calo del PIL di almeno mezzo punto percentuale nel 4° trimestre del 2022.
Lo scorso autunno la produzione industriale ha inanellato tre cali consecutivi, ma di ampiezza progressivamente minore: a settembre e ottobre ha registrato rispettivamente -1,8% e -1,1%, fino alla contrazione di novembre pari a -0,3%. A dicembre ha registrato un rimbalzo (+1,6%). Nell'ultimo trimestre il calo complessivo è quindi contenuto a -0,9%. La manifattura regge (-0,4%), nonostante una forte eterogeneità di settori, mentre risulta in contrazione il settore delle forniture energetiche (-4,5%).
Nel 2022 l'export italiano è aumentato del 7,7% in volume: USA e Francia i primi mercati per contributo alla crescita; gli articoli farmaceutici e chimico-medicinali hanno fatto da traino. Tale ottima dinamica incorpora, però, una stagnazione nel 4° trimestre, che riduce il l'effetto trascinamento al 2023 (appena +1,0%).
Negli ultimi sei mesi 2022 i servizi sono cresciuti, tranati dal turismo, sebbene si sia ormai esaurita la spinta delle riaperture post-Covid.
Nel settore delle costruzioni si è registrato un -0,5% di produzione a settembre-ottobre, dopo il calo nel 3° trimestre. La fase difficile del settore è attesa proseguire: i dati sui permessi di costruire segnalavano un forte calo già nei mesi estivi e le recenti decisioni sullo stop a sconto in fattura e cessione dei crediti renderà ancora più complicato lo scenario. Nel complesso dell'intera economia, sono il prezzo del gas ai livelli più bassi da oltre un anno e la tenuta del potere d'acquisto totale delle famiglie (in termini reali) a sostenere l'attività economica su livelli migliori di quanto ci si attendesse.
Con riferimento al gas, il prezzo a febbraio 2023 è stato in netta flessione: 56 euro/mwh, da 114 a dicembre (14 nel 2019); un ribasso favorito da stock europei di gas ancora alti, clima mite e consumi frenati. Per il petrolio prosegue la lenta discesa (80 dollari al barile, da 81 a dicembre), grazie a una produzione che ha superato una domanda stagnante. In lieve rialzo, invece, i prezzi non-energy (+1,6% a novembre-dicembre), dopo la flessione dei mesi precedenti. A impattare in negativo su strategie e conti delle aziende è invece il forte rialzo dei tassi, che toglie risorse agli investimenti. A novembre il costo del credito per le imprese italiane ha continuato a salire: 3,37% per le PMI (1,74% a inizio 2022), 2,67% per le grandi (da 0,76%). A dicembre è salito ancora: 3,55%. In prospettiva il trend dei tassi resta al rialzo: la BCE ha annunciato nuovi aumenti del tasso ufficiale nei prossimi mesi (secondo i "future", dal 2,50% attuale a 3,50% entro dicembre 2023).
L'inflazione rimane ancora alta a dicembre (+11,6% da +11,8% a novembre) e colpisce maggiormente le famiglie meno abbienti (+18,4% contro +9,9%). Nonostante ciò, i consumi, fino al 3° trimestre, sono stati favoriti dalla tenuta del reddito reale (anche grazie a più occupazione) e dagli extra-risparmi passati, con la propensione al risparmio stabilizzatasi ora al 7,1%. Ciò giova alla vendita al dettaglio, che cresce dello 0,4% in valore, ma cala dell'1,8% in volume. Anche gli indicatori qualitativi segnalano stabilizzazione nei servizi nell'ultima parte del 2022: a dicembre la fiducia delle imprese è risalita per il secondo mese consecutivo.
Lato occupazione, i dati mostrano una buona performance nel 2022 in termini di occupati: +90mila a dicembre da settembre (e +340mila da gennaio). Ciò spiega, in parte, la diminuzione del numero di disoccupati (-25mila nell'ultimo trimestre). Positivo anche il costante calo degli inattivi.
Rimane tuttavia il tema della difficoltà di reperimento di personale. In un anno la percentuale di assunzioni riguardante personale giudicato di difficile reperimento è passata dal 38,6% al 45,6%.
Il tempo medio di ricerca necessario per ricoprire tali "vacancies" supera i 4 mesi. La mancanza di candidati è la motivazione più frequentemente indicata dalle imprese (27,8%), seguita dalla preparazione inadeguata (13,5%). Dal Borsino delle professioni emerge che sono particolarmente difficili da reperire dirigenti (66,1%), operai specializzati (61,9%), tecnici (51,6%), conduttori di impianti (49,0%), professioni intellettuali, scientifiche e con elevata specializzazione (47,5%).

L'economia genovese nel 2° semestre 2022

L'economia genovese registra un altro semestre di crescita. Il fatturato è cresciuto oltre le attese: al netto dell'effetto dei rialzi dei prezzi (che fanno segnare la variazione positiva più elevata dal 2006) la domanda ha tenuto, permettendo alle aziende di allontanare i timori di una contrazione dell'attività. Ne è prova la crescita degli ordini da clienti italiani, che compensa la flessione delle commesse dall'estero. Nell'industria, cresce la produzione: a trascinare è il settore della cantieristica navale, ma anche i comparti dell'elettronica, automazione e information technology. Faticano le aziende dell'impiantistica e metalmeccanica. Più piatto l'andamento dei servizi. Bene logistica e turismo; meno brillanti i risultati nel terziario avanzato e nella sanità privata. In questo contesto le aziende hanno spazio per ampliare i propri organici, ma faticano a reperire personale, in particolar modo profili specializzati.

INDUSTRIA E SERVIZI
2° semestre 2022 su 2° semestre 2021

	Var. %
Fatturato Italia	+ 9,2
Fatturato Estero	+ 4,4
Ordini Italia	+ 1,9
Ordini Estero	- 2,5
Prezzi di vendita	+ 3,6
Costo del lavoro	+ 0,8
Occupati in organico	+ 1,3

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Nel secondo semestre del 2022 l'attività economica ha registrato una crescita sostanzialmente in linea con le previsioni espresse dal Centro Studi Confindustria di Genova lo scorso luglio. Sono visibili i segnali di rallentamento (anche in questo caso incorporati nelle stime), ma nei fatti produzione, export e raccolta ordini hanno mostrato progressi anche negli ultimi sei mesi di un anno complicato.
Sebbene il contesto globale abbia continuato a risentire delle ripercussioni della guerra in Ucraina, dell'elevata inflazione e dell'indebolimento dell'attività con l'estero (soprattutto con l'Oriente), il rallentamento della domanda ha influito positivamente sui prezzi delle commodity energetiche. Innanzitutto, nel corso del semestre sono diminuiti il prezzo del petrolio e la quotazione del gas naturale, cosicché nell'ultima parte dell'anno le aziende hanno accusato impatti sui costi di produzione molto minori rispetto al preventivato.
L'industria ha poi registrato un ulteriore segno positivo, sia con riferimento alla produzione che agli ordini da clienti italiani (+3,5%); inoltre, nonostante i costi di materie prime e semi-lavorati continuino a salire fortemente (+14%), le imprese manifatturiere li hanno solo parzialmente riflessi sui prezzi di vendita (+5,8%), sacrificando margine in maniera sensibile. Tra i servizi, le buone notizie vengono soprattutto dalla logistica (terminal operator su tutti) e dal turismo, con la forte ripresa dei flussi di turisti stranieri, che registrano incrementi a doppia cifra.
Il movimento passeggeri relativo al Porto di Genova, nel periodo luglio-novembre 2022, è in rialzo del 40%: è raddoppiato il numero di crocieristi rispetto allo stesso periodo 2021, mentre i passeggeri dei traghetti sono aumentati di circa 300.000 unità (+19,7%). La movimentazione di merci complessiva è in flessione del 2,5%, ma il calo è dovuto in maggior parte al crollo del traffico siderurgico (-43%). È risultato in aumento il traffico convenzionale, mentre è stabile quello containerizzato (in tonnellaggio). Tuttavia, nonostante i risultati a consuntivo siano in alcuni casi migliori dell'atteso, emergono alcune difficoltà che condizionano le prospettive future. In primo luogo, i risultati riguardanti le commesse dall'estero (-2,5%; -5% nella manifattura) confermano la frenata del commercio internazionale. Dopo la forte espansione nel primo semestre, le esportazioni in volume sono rimaste pressoché invariate nei mesi estivi, a causa del marcato rallentamento delle vendite di beni e dal calo di quelle di servizi.
Le esportazioni di beni sono state sostenute dai mercati esterni all'area dell'euro, in particolare dagli Stati Uniti, anche per effetto dell'apprezzamento del dollaro, e dalla Cina, a fronte di una diminuzione delle vendite nei principali partner dell'area.
In termini di ordini raccolti, i contributi positivi più ampi sono derivati soprattutto dall'elettronica, dell'automazione e dalla cantieristica navale, mentre si è assistito a una contrazione nella maggior parte dei restanti comparti, in particolare nella metalmeccanica.
Anche l'andamento del fatturato estero è meno vivace rispetto a quello nazionale. Tenendo sempre conto dell'effetto prezzi inglobato nella crescita di tale variabile, si evidenzia come le vendite all'estero siano aumentate in valore nei settori dell'information technology, nella cantieristica navale e tra le aziende nella chimica-plastica. Al contrario, gli incrementi sono più contenuti nei settori dell'industria alimentare, impiantistica-metalmeccanica ed energia.
Gli investimenti hanno rallentato nel corso del semestre, riflettendo la riduzione della spesa per costruzioni a fronte di un'accelerazione di quella in impianti e macchinari. Nel quarto trimestre gli investimenti hanno ristagnato. Le imprese considerano le condizioni per investire ancora negative, sebbene gli indicatori di fiducia rimangano ancora in territorio positivo.
Infine, le indicazioni delle imprese indicano una buona performance nel secondo semestre 2022 in termini di occupati. L'incremento si è registrato soprattutto nel terzo trimestre anche grazie alla crescita delle posizioni lavorative a tempo indeterminato, sostenuta dalle numerose trasformazioni di contratti temporanei attivati durante il 2021. La domanda di lavoro è poi proseguita anche nell'ultima parte dell'anno, nonostante un quadro congiunturale più debole. Entrando nel dettaglio, gran parte dell'incremento congiunturale di posti di lavoro (+1,3%) è dettato dall'ampliamento degli organici delle aziende manifatturiere (soprattutto automazione e cantieristica) e della logistica e trasporti.
Crescono gli occupati anche nel comparto della sanità privata, mentre gli aumenti sono più limitati tra gli altri settori dei Servizi. Flette invece nel comparto delle costruzioni, in difficoltà per via degli aumentati costi aziendali legati ai materiali e a causa del minor numero di ordini. I permessi per costruire sono in diminuzione, avvicinandosi il termine di alcuni bonus governativi e il ridimensionarsi di altri.
Il mercato del lavoro rimane tuttavia caratterizzato da sempre maggiori problemi di reperimento di personale da parte delle aziende e da un più elevato numero di dimissioni da parte dei lavoratori.
Per specifici settori e profili professionali ciò si traduce in gravi difficoltà nel riuscire ad assumere e trattenere dipendenti altamente specializzati, con il rischio di compromettere la crescita aziendale. In particolare, nel 2022 è cresciuta la richiesta di operai specializzati, ingegneri, tecnici, ma quasi una selezione su due è risultata complicata a causa del ristretto numero di candidati e per le competenze inadeguate degli stessi.

I SETTORI DI ATTIVITÀ

L'Industria manifatturiera

La produzione industriale segna un ulteriore incremento, trascinata soprattutto dal settore della cantieristica navale e dalle attività manifatturiere inserite nella filiera dell'elettronica e information technology. La domanda proveniente dal mercato interno si è rivelata ancora robusta, sia in termini di fatturato che di ordini. Rimangono elevati i costi di produzione, materie prime e semilavorati, riflessi solo in parte sui prezzi di vendita, a discapito di una contrazione importante dei margini lordi. Le difficoltà si concentrano sul mercato estero, i cui scambi sono in contrazione (raccolta ordini -5%), e in particolare sulle aziende del settore metalmeccanico (produzione -9%). Risultati in chiaro-scuro anche per gli impiantisti, condizionati dalla frenata del comparto costruzioni.

INDUSTRIA MANIFATTURIERA
2° semestre 2022 su 2° semestre 2021

	Var. %
Produzione	+ 0,9
Fatturato Italia	+ 14,0
Fatturato Estero	+ 8,2
Giacenze prodotti	+ 3,5
Ordini Italia	+ 3,5
Ordini Estero	- 5,0
Prezzi di vendita	+ 5,8
Costo del lavoro	+ 0,4
Costo m. prime/semilavorati	+ 14,0
Occupati in organico	+ 1,1

FONTE: CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Nell'industria il fatturato delle aziende registra significativi aumenti su base tendenziale. Tuttavia, analogamente al semestre precedente, occorre considerare l'incidenza dell'effetto-prezzi. Le imprese manifatturiere genovesi hanno infatti ritoccato al rialzo i listini del 5,8%; gli aumenti più rilevanti sono stati registrati nella filiera dell'elettronica e automazione, esposta più di altre ai rialzi dei costi delle materie prime e di specifiche componentistiche, oltre che nella cantieristica navale e nella metalmeccanica. Escludendo il caro-bolletta, materie prime e semilavorati continuano in effetti a segnare aumenti, che si traducono in un 14% in più di ulteriori costi per le aziende nel semestre e che in alcuni settori portano al ridimensionamento dell'attività. Nonostante questo, la produzione è risultata complessivamente in espansione dello 0,9% e la raccolta ordini da clientela italiana ha chiuso a +3,5% rispetto al secondo semestre 2021. La scalata di marcia dell'economia genovese, oltre che nel dato, in rallentamento, della produzione, si mostra soprattutto in relazione ai rapporti con l'estero. Gli ordini provenienti da clienti stranieri si sono ridotti del 5%. Sul risultato incidono senza dubbio alcune situazioni di crisi sopravvenute nel corso degli ultimi sei mesi nel settore metalmeccanico.

L'andamento comunque positivo dell'attività permette alle aziende di proseguire nell'ampliamento degli organici (+1,1%). In determinati settori, tuttavia, le difficoltà generalizzate nel reperimento e selezione di personale qualificato o specializzato sono considerate un problema non secondario per lo sviluppo dell'attività.

Nel 2022 il 43% delle assunzioni delle imprese genovesi (Sistema informativo Excelsior Anpal-Unioncamere) sono state giudicate di difficile conseguimento, in quanto mancavano candidati o le competenze degli stessi non erano giudicate adeguate. In valore assoluto significa che gli imprenditori hanno faticato a coprire circa 27.000 posizioni aperte nel corso dell'anno. In tali situazioni, il tempo medio per riuscire ad assumere profili in linea con i "desiderata" delle aziende raggiunge i 4 mesi e mezzo.

Passando ad approfondire i diversi settori del comparto manifatturiero, la produzione nella cantieristica navale fa segnare un aumento del 5,6%, superiore a quello registrato nel primo semestre. I prezzi di vendita, fino a giugno poco mossi, sono saliti del 2,5% per far fronte ai rialzi dei materiali e dell'energia. I margini sono stazionari, segno che le aziende stanno continuando ad assorbire gran parte dei maggiori costi. Il fatturato è in crescita, gli ordini dal mercato interno sono poco mossi (+0,5%), mentre le commesse dall'estero riprendono a crescere (+3,4%). Il buon andamento del settore permette alle aziende di ampliare i propri organici del 2%.

Tra le aziende dell'elettronica e information technology si registra un aumento significativo della produzione (+8,1%) e del fatturato, sia per quanto riguarda la componente interna che quella estera. I risultati sono frutto di un'ottima performance delle aziende operanti nell'ambito dell'automazione e della vivacità della domanda interna. Ciò è confermato dalla raccolta ordini: +25% quella da clienti italiani, mentre è stazionaria dall'estero (+0,6%). I costi per semilavorati e materie prime salgono, nei sei mesi, di oltre il 35%, così che le aziende sono costrette ad alzare i prezzi di vendita (+10,6%) e a sacrificare margini lordi che, infatti, flettono dello 0,5%. Maggiori difficoltà sono attese nei primi sei mesi del 2023.

Nel settore della chimica, plastica e farmaceutica l'aumento dei costi delle materie prime si allenta rispetto al +10% registrato nel primo semestre, ma fa segnare comunque un +4%. In questo caso le aziende hanno ribaltato gli aumenti sui listini di vendita, ma non riescono a evitare l'erosione dei margini lordi (-5,3%), visti gli alti costi di produzione. La produzione è risultata stazionaria, così come gli occupati. Calano gli ordini da clienti italiani (-3,8%), mentre reggono quelli dall'estero (+1%).

Continua la risalita nel settore tessile e abbigliamento, uno dei più colpiti dalla crisi post-Covid: +2,4% la produzione, grazie soprattutto alle vendite all'estero. Gli ordini sono poco mossi, così come la dinamica occupazionale.

Migliora anche l'andamento delle aziende della carta, car-

totecnica, editoria e grafica. La produzione è in aumento dello 0,4%, così come il fatturato. Gli ordini rimangono sostanzialmente stagnanti. I margini si attestano sugli stessi livelli della seconda metà del 2021.
Tra le aziende dell'impiantistica e metalmeccanica si registrano i dati più preoccupanti con riguardo a produzione e raccolta ordini. Si tratta del settore manifatturiero più importante, dove sono inquadrate grandi aziende che, nel corso del semestre analizzato, hanno vissuto l'insorgere di situazioni di crisi che avranno effetti anche sul vasto indotto a esse collegato. Rispetto al secondo semestre dell'anno, la produzione è calata dell'8,6%. Nonostante la domanda del mercato nazionale abbia retto, quella estera è risultata meno vivace. Le commesse ottenute nel semestre sono state significativamente minori rispetto al secondo semestre 2021: gli ordini da clienti italiani sono diminuiti dell'11,2%, mentre quelli esteri del 17%. In questo contesto, semilavorati e materie prime hanno subito un ulteriore incremento del 5,6% del loro costo. Il risultato complessivo sono margini lordi in ampia flessione: -26,8%.
Produzione in calo anche nell'industria alimentare, sebbene l'entità della flessione sia decisamente minore rispetto al settore metalmeccanico: - 0,9%. Gli ordini tengono, soprattutto quelli da clientela straniera, che segnano un progresso del 2,2%. Il settore sconta uno tra i più alti incrementi di spesa sulle materie prime tra quelli rilevati: +22%. L'industria alimentare è infatti attualmente molto esposta agli aumenti di olii, grassi, farine e in generale cereali. Le aziende hanno da un lato, alzato i prezzi di vendita (+7,5%), dall'altro, contratto i margini (-4,6%).

Trasporti, Logistica, Energia

Analogamente a quanto avvenuto nella prima parte del 2022, le aziende dei settori trasporti, distribuzione e logistica hanno riportato a consuntivo variazioni positive del fatturato e margini lordi in aumento, sebbene di entità molto minore. A trascinare il comparto sono i terminal operators, mentre scende il fatturato tra le aziende fornitrici di energia. Pesa, infatti, la perdita di clienti a seguito delle modifiche unilaterali di contratti, le cui condizioni non erano più sostenibili. Bene le aziende di trasporto, sebbene i loro progressi siano moderati.

TRASPORTI, LOGISTICA, ENERGIA
2° semestre 2022 su 2° semestre 2021

	Var. %
Fatturato Italia	+ 4,2
Fatturato Estero	+ 0,7
Prezzi di vendita	+ 2,1
Costo del lavoro	+ 1,9
Occupati in organico	+ 2,1

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

I risultati delle aziende della distribuzione di energia potrebbero apparire in contro-tendenza rispetto ai trend di mercato attuali: il fatturato da clienti italiani è in calo del 7,5%, mentre verso l'estero segna un +2,9%. I margini lordi rimangono stazionari. Ciò è spiegato dall'emorragia di clienti business, che ha colpito alcuni grandi fornitori di energia. Quest'ultimi, nella seconda parte del 2022, hanno infatti proposto modifiche unilaterali dei contratti in essere, le cui condizioni non potevano più essere garantite in quanto non più in linea con i prezzi di mercato; si sono verificate quindi numerose disdette.
Con riferimento al trasporto e logistica di merce, rispetto alla seconda parte del 2022, il giro d'affari degli operatori terminalisti portuali ha registrato un altro significativo incremento: +19,4% per quanto riguarda il fatturato verso clientela italiana e +1,8% verso quella straniera. I prezzi sono balzati del 10,6%, dopo il precedente incremento del 6,3%. I margini lordi sono in forte espansione (+17,7%), l'occupazione cresce del 2,2%.
Sono più moderati gli aumenti tra le aziende della logistica e trasporto: +2,7% la componente nazionale del fatturato, invariata quella estera. Margini lordi poco mossi: le aziende investono sugli organici che, infatti, crescono del 2,8%.
Con riferimento al Porto di Genova, nel periodo luglio-novembre 2022 il traffico merce ha subito una contrazione del 2,5% in termini tendenziali. Entrando nello specifico delle varie voci, il traffico siderurgico segna un deciso calo del 43,3%, le rinfuse solide diminuiscono dell'8,9% e gli olii minerali del 3,4%. Al contrario, cresce il dato del traffico convenzionale (+1,7%), delle rinfuse liquide (olii vegetali e vino, prodotti chimici), mentre il traffico containerizzato, espresso in tonnellate, resta sostanzialmente sui livelli dello scorso anno (-0,5%).
In termini di TEUS, i container movimentati sono risultati in flessione dell'1,6%.
Il movimento passeggeri continua la sua ripresa post-Covid: il numero dei crocieristi a luglio-novembre 2022 è maggiore del dato registrato nello stesso periodo 2019. Lo stesso vale per i passeggeri dei traghetti. Nel complesso, i passeggeri trasportati sono in aumento del 40% rispetto all'anno precedente.
Il traffico dell'aeroporto C. Colombo di Genova è in crescita del 5,1% in termini di movimento di aeromobili ed è aumentato in termini di passeggeri del 46,3%. Tuttavia, a confronto con il periodo luglio-dicembre 2019, i livelli pre-Covid non sono stati ancora recuperati: il traffico di aeromobili è ancora inferiore del 19% e quello passeggeri del 15,2%.

I Servizi di Terziario Avanzato

L'andamento dell'attività economica nei Servizi di Terziario Avanzato ha registrato moderati incrementi: migliore la performance sul mercato interno, mentre le vendite all'estero rimangono sostanzialmente stabili. Fermi gli ordini da clienti stranieri e l'occupazione.

Nel settore dei servizi alle imprese salgono gli ordini da clienti nazionali (+1,3%), mentre le commesse dall'estero rimangono sostanzialmente invariate. Analogamente il fat-

TERZIARIO AVANZATO 2° semestre 2022 su 2° semestre 2021	
	Var. %
Fatturato Italia	+ 2,2
Fatturato Estero	+ 0,7
Ordini Italia	+ 1,3
Ordini Estero	0
Occupati in organico	+ 0,5

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

turato da clientela italiana segna un progresso del 2,2%, mentre meno ampio è l'incremento della componente estera (+0,7%). Tengono i margini lordi, nonostante le aziende cerchino di non incrementare i prezzi di vendita. La dinamica occupazionale fa registrare una variazione positiva pari a +0,5% rispetto all'ultima parte del 2021.

La Finanza e le Assicurazioni

Il comparto bancario-assicurativo genovese ha visto incrementare il proprio fatturato del 4% nel secondo semestre 2022 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Assicurazioni e istituti di credito contribuiscono in egual misura a questo risultato. I margini lordi sono in aumento del 2%.

FINANZA E ASSICURAZIONI 2° semestre 2022 su 2° semestre 2021	
	Var. %
Fatturato Italia*	+ 4,0
Fatturato Estero	0
Costo del lavoro	+ 2,4
Occupati in organico	+ 0,1

*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

Nel settore bancario, tra agosto e novembre, i prestiti bancari al settore privato non finanziario hanno rallentato, risentendo dell'indebolimento della domanda delle imprese per finalità di investimento e di quella delle famiglie per l'acquisto di abitazioni; le condizioni di offerta hanno registrato una moderata restrizione.
I tassi di deterioramento della qualità del credito sono rimasti contenuti; la redditività dei gruppi bancari più significativi è aumentata. Nel settore assicurativo, salgono in misura importante premi e provvigioni (+9,8%), così come i margini lordi (+5,6%). Stabile l'occupazione.

La Sanità

Crescono le assunzioni nel settore della Sanità privata, nonostante nel secondo semestre 2022 la dinamica di fatturato e prestazioni erogate non sia brillante. I prezzi delle materie scendono dai picchi precedentemente raggiunti, ma i margini lordi si riducono dell'1,7%.

SANITÀ 2° semestre 2022 su 2° semestre 2021	
	Var. %
Fatturato	+ 1,8
Prestazioni	- 0,4
Prezzi di vendita	+ 0,7
Costo del lavoro	+ 0,5
Costo dei materiali	- 1,3
Occupati in organico	+ 5,8

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Il fatturato generato dalle aziende della sanità privata è risultato in rialzo dell'1,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Le prestazioni registrano tuttavia una frenata, facendo segnare -0,4%. Dopo i recenti rialzi, il costo dei materiali flette dell'1,3%, mentre i prezzi di vendita subiscono un moderato ritocco al rialzo.
L'occupazione è in forte crescita (+5,8%). Dai dati Excelsior Anpal-Unioncamere e dalle rilevazioni dell'Osservatorio ApL-Confindustria Genova, emerge come i profili tecnici in ambito socio-sanitario siano tra i più richiesti sul nostro territorio e, al contempo, tra i più complessi da trovare sul mercato del lavoro, secondo lo stesso giudizio delle Agenzie per il Lavoro locali.

Il Turismo

Ancora risultati positivi per le aziende impegnate nel comparto turistico genovese: nella seconda parte del 2022 si conferma l'aumento del fatturato da clienti italiani, così come un aumento degli organici delle imprese. In chiaroscuro l'andamento del fatturato estero, che fa segnare un progresso più moderato delle attese. Anche in questo settore gli imprenditori hanno lamentato difficoltà nel reperimento del personale, soprattutto nel periodo estivo.

Il fatturato generato verso clienti italiani è risultato ancora in forte aumento, +19,4% se raffrontato all'anno scorso, per la terza consecutiva. L'aumento del fatturato con l'estero si ferma al +1,1%. I prezzi di vendita sono risultati stabili. Gli organici si sono ampliati dell'1,2%. Le aziende del settore lamentano problemi nel selezionare e assumere tecnici del turismo e personale nel campo della ricezione e ristorazione.
In ogni caso l'analisi del movimento turistico conferma le

indicazioni positive fornite dalle aziende. Nel secondo semestre arrivi e presenze sono risultati in crescita sia rispetto al primo semestre 2021 (+10,4%), sia rispetto al 2019 (+8,9%), colmando il gap che sinora rimaneva dai livelli pre-Covid. Anche gli arrivi crescono (+13,4% e +7,5%, rispettivamente su 2021 e 2019).
Entrando nel dettaglio, gli arrivi e presenze di italiani sono in calo, mentre si è registrato un vero e proprio boom di turisti stranieri. Rispetto al pre-Covid, entrambe le componenti sono in rialzo.

TURISMO
2° semestre 2022 su 2° semestre 2021

	Var. %
Fatturato Italia	+ 19,4
Fatturato Estero	+ 1,1
Prezzi di vendita	- 0,2
Costo del lavoro	- 0,2
Occupati in organico	+ 1,2

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Le prospettive per il 1° semestre 2023

L'attività economica, sostenuta per gran parte del 2022 dalla dinamica dei consumi e degli investimenti, si è indebolita negli ultimi mesi dell'anno. Tale debolezza si protrarrà nei primi mesi del 2023 per poi attenuarsi in primavera. Per il primo semestre 2023 le aziende genovesi prevedono una crescita più robusta degli ordini, ma export ancora in flessione. Continua ad ampliarsi l'occupazione, ma a un ritmo più moderato.

INDUSTRIA E SERVIZI
Prospettive 1° semestre 2023

	Var. %
Fatturato	+ 0,2
Ordini	+ 4,5
Esportazioni	- 1,7
Occupati in organico	+ 0,7

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

Nei prossimi mesi l'attività economica risentirà del fatto che il commercio mondiale rallenterà in misura significativa nel 2023, a causa degli effetti dell'elevata inflazione e dell'incertezza connessa con il conflitto in Ucraina. Le esportazioni sono giudicate in flessione, ma il giro d'affari delle imprese reggerà (la variazione percentuale sarà calcolata sul 2022, il che limita l'impatto dell'effetto-prezzi). Le notizie più positive vengono dalle previsioni sugli ordini, in rialzo del 4,5%: è probabile che le debolezze riscontrate già a fine 2022 si protraggano nei primi mesi del 2023, ma che dalla primavera vi sia un andamento della raccolta ordini molto più robusta. L'inflazione scenderà dai livelli record del 2022 e la dinamica dell'export subirà un ridimensionamento. Anche le previsioni degli investimenti delle aziende sono meno brillanti rispetto a quanto visto nel 2022; il costo del credito e l'incertezza rendono meno favorevole investire in ampliamento della capacità produttiva.
Le indicazioni delle aziende trovano conferma nelle previsioni macro-economiche del Centro Studi Confindustria: già a gennaio la fiducia delle imprese ha smesso di scendere e oscilla su livelli modesti, gli ordini calano meno, le scorte si sono lievemente ridotte.
Nel 2023 l'ultima stima di Confindustria indica un PIL atteso invariato. Tuttavia i recenti dati Istat sulla chiusura del 2022 portano la variazione acquisita del PIL per il 2023 a +0,4% e non intorno allo zero come si pensava qualche mese fa. Alla variazione già acquisita, va aggiunto il profilo trimestrale del PIL atteso per il 2023. I
l prezzo del gas è molto più basso a inizio anno rispetto alle attese di fine 2022: una buona premessa per il 1° trimestre, per i costi delle imprese e per il percorso di rientro dell'inflazione dal picco, iniziato a fine 2022. Ciò può far prevedere che il Paese eviti del tutto la "correzione al ribasso" dei livelli di attività, almeno in aggregato. Al tempo stesso, senza la caduta tra fine 2022 e inizio 2023 si tende a proiettare meno rimbalzo nel resto dell'anno. Le diverse attese sulla partenza dell'anno, cruciale per il calcolo della variazione nell'intero 2023, sono al momento il motivo principale delle differenze nelle diverse previsioni annue (in media +0,6%).●

LE PREVISIONI DEL CSC PER L'ITALIA
Scenario Base - Variazioni %

	2020	2021	2022	2023
Prodotto interno lordo	- 9,0	6,7	3,4	0,0
Consumi famiglie residenti	- 10,4	5,2	3,1	- 0,1
Investimenti fissi lordi	- 8,0	16,5	10,2	2,4
Esportazioni di beni e servizi	- 13,5	13,4	10,3	1,8
Importazioni di beni e servizi	- 12,1	14,7	14,4	1,5
Occupazione totale (ULA)[1]	- 11,1	7,6	4,3	- 0,1
Tasso di disoccupazione	9,3	9,5	8,1	8,7
Prezzi al consumo	- 0,2	1,9	7,5	4,5
Indebitamento della PA[2]	9,5	7,2	5,1	3,5
Debito della PA[2]	155,3	150,8	145,5	144,9

[1] Per ULA [2] Valori in percentuale del PIL
FONTE: ELABORAZIONI E STIME CSC SU DATI ISTAT E BANCA D'ITALIA

UMANA®

HR

Servizi per le **Risorse Umane**

UMANA®
www.umana.it

UMANA FORMA
www.umanaforma.it

U FORM
Azienda del Gruppo UMANA
www.uform.eu

Hi_FORMAZIONE
UMANA FORMA Scuola di Alta Formazione
www.hi-formazione.it

UOMO E IMPRESA
www.uomoeimpresa.it

ALTI PROFILI
www.altiprofili.it

CVING
www.cving.com

ITINERE
PERCORSI DI EVOLUZIONE AZIENDALE
www.itinereconsulenza.it

CESOP
HR CONSULTING COMPANY
www.cesop.it

L'INTERVISTA

di Piera Ponta

Mondo della ricerca e mondo delle imprese parlano di più tra loro e si comprendono meglio che in passato: per il Direttore del Technology Transfer dell'Istituto Italiano di Tecnologia la strada è tracciata, il confronto sarà sempre più stretto e proficuo.

Dalla ricerca al mercato

Lorenzo De Michieli

"Il trasferimento tecnologico può realizzarsi in modi diversi, ma l'obiettivo è sempre molto concreto"

"Nel passaggio al mercato, il momento più delicato è la definizione degli accordi con gli investitori"

"da 0 a 10 il dialogo tra ricerca e industria in italia vale 5"

Da ottobre dello scorso anno Lorenzo De Michieli è il direttore del Trasferimento Tecnologico di IIT, l'ufficio che ha, tra i suoi compiti, l'attività di fund raising per la creazione di startup, la gestione di contratti e di accordi commerciali, la valorizzazione della proprietà intellettuale di IIT e dei ritrovati tecnologici, il supporto alle Unità di Ricerca e ai Centri della Rete per il conseguimento di brevetti, la gestione del portafoglio brevetti.
Temi che, almeno in parte, Lorenzo De Michieli aveva già affrontato come responsabile dell'Area Innovazione del Trasferimento Tecnologico di IIT, impegnato nello sviluppo di alleanze industriali e nel lancio di società spinoff.
Attualmente è anche responsabile del Rehab Technology Lab, il laboratorio di innovazione congiunto IIT - INAIL.

Il trasferimento tecnologico è tra gli obiettivi principali dell'IIT: può spiegarci in base a quali criteri di valutazione i risultati di una ricerca vengono "candidati" al trasferimento al tessuto produttivo? Com'è articolato questo percorso?

Il percorso è multiforme, non è un percorso lineare, un flusso continuo dalla ricerca all'impresa; talvolta si tratta di attività univoche, in altri casi è il risultato di tanti processi che corrono paralleli e poi finiscono con l'incrociarsi.

Il punto di partenza della startup BeDimensional, per esempio, è stata la ricerca di base sul grafene e su altri cristalli bidimensionali avviata, diversi anni fa, da Vittorio Pellegrini presso i Graphene Labs dell'IIT; dalla ricerca di base, poi, si è passati a una fase di sviluppo che ha lasciato intravedere buone prospettive di mercato per questi materiali altamente innovativi, suscitando l'interesse di alcuni investitori. È così che si è deciso di offrire a Vittorio e ai suoi colleghi un supporto per trasformare lo spin-off in un'impresa e per indirizzare l'asset brevettuale verso investitori pubblici e privati.

Diverso è stato il percorso della startup Alkivio, nata da un laboratorio congiunto del Gruppo Smart Materials dell'IIT presso Novacart, azienda leader mondiale nei prodotti in carta e cartoncino per uso dolciario e alimentare: l'attività di ricerca era concentrata sul possibile riutilizzo di carta per alimenti e di sfridi di materiale diverso non riciclabili.

Il "joint lab" ha prodotto brevetti e risultati via via sempre più convincenti, fino a decidere di costituire un'impresa - Alkivio, appunto.

In questo caso, la grande azienda si è fatta parte attiva nell'avvio della nuova iniziativa imprenditoriale, portando nella startup competenze importanti.

Altre forme di trasferimento tecnologico non sono necessariamente finalizzate alla costituzione di startup, ma riguardano, per esempio, il licenziare tecnologie brevettate verso ambienti terzi, dove la ricerca può essere trasformata in innovazione e prodotto, o accordi di collaborazione con aziende che commissionano specifiche attività di ricerca all'IIT. Sono percorsi di trasferimento tecnologico diversi tra loro, ma tutti tendono alla realizzazione di obiettivi molto concreti.

Può farci qualche esempio di trasferimento tecnologico di successo? Quali sono stati i passaggi più "critici"?

Alkivio, cui ho accennato prima, è un esempio di trasferimento tecnologico di successo: la startup costituita con Novacart trasforma la carta in Alkipaper, un materiale utilizzabile come la plastica e in grado di decomporsi in modo programmato.

Alkivio è una società benefit perché reintroduce sul mercato ciò che altrimenti andrebbe perduto.

Poi c'è Movendo Technology, azienda biomedicale "evoluzione" di un dottorato di ricerca, che ha portato sul mercato internazionale oltre un centinaio di strumenti riabilitativi e diagnostici: si tratta di dispositivi molto sofisticati e con un alto valore economico, realizzati secondo i più severi standard di sicurezza medicale italiani e internazionali.

In Movendo, le collaborazioni clinico-scientifiche tra IIT e Dompè Farmaceutici - una delle più importanti realtà italiane biofarmaceutiche - hanno portato alla creazione di Hunova, il primo aiuto fisioterapista robotico al mondo.

Un altro esempio è la società di neurotecnologie Corticale: studi di neuroscienze sono alla base dello sviluppo di un dispositivo in grado di registrare e amplificare il segnale neuronale in-situ, per studiare il funzionamento della cellula neuronale nel cervello dell'uomo.

La tecnologia di Corticale è nata nel laboratorio Microtechnolgy for Neuroelectronics dell'IIT, in collaborazione con alcuni tra i più importanti istituti di ricerca internazionali (tra cui l'Harvard Medical School di Boston).

Il dispositivo non è ancora sul mercato, perché le autorizzazioni necessarie richiedono tempi piuttosto lunghi, simili a quelli dei farmaci, ma siamo fiduciosi che la startup possa ottenere brillanti risultati. Quanto ai "passaggi critici", la definizione degli accordi con gli investitori è, in generale un momento particolarmente delicato.

Un esempio concreto di collaborazione finalizzata al trasferimento tecnologico è Rehab Technology Lab, il laboratorio creato congiuntamente da IIT e INAIL per lo sviluppo e la realizzazione di nuovi dispositivi protesici, ortesici e riabilitativi a elevato contenuto tecnologico e ad alto impatto sociale; tra quelli che hanno avuto maggiore risonanza mediatica c'è la protesi di mano Hannes. Ci racconta come è nato e come si è evoluto il progetto?

Il progetto nasce da un interesse iniziale di INAIL per le capacità di IIT nello sviluppo di dispositivi robotici.

Nel 2013, IIT e INAIL creano un laboratorio congiunto, presso il Centro Protesi di Budrio, dove studiare e costruire le protesi e gli esoscheletri del futuro.

Tra i numerosi progetti che, da allora, abbiamo sviluppato insieme, c'è la protesi manuale Hannes, chiamata così in omaggio al prof. Hannes Schmidl, al quale si deve l'avvio dell'attività di ricerca al Centro Protesi di Budrio.

La messa a punto del primo prototipo di Hannes, certificato CE, ha richiesto tre anni di lavoro.

Sono seguiti, poi, altri dispositivi, sempre più complessi, che consentono di effettuare prese diverse, da oggetti sottili a oggetti di peso molto elevato; inoltre, mediante un software specifico, è possibile personalizzare i parametri di funzionamento della mano.

Ci auguriamo che Hannes, insieme ad altri dispositivi protesici, anche per gli arti inferiori, possa essere proposta sul mercato da una startup che dovrebbe diventare operativa nell'arco di un paio di anni.

Per la Sua esperienza, in una scala da 0 a 10, dove posizionerebbe la capacità di dialogo tra mondo della ricerca e mondo dell'industria?

La posizionerei al livello 5... Un livello abbastanza buono, vicino alla sufficienza - che rimane un traguardo possibile. Rispetto a 15 anni fa, le cose sono molto migliorate: stiamo imparando a confrontarci e ci stiamo strutturando affinché il dialogo tra ricerca e industria sia più continuativo e proficuo. Lo stesso vale per la comunicazione con gli investitori. Ormai è assodato che questi mondi non possono restare separati. La strada mi sembra tracciata: ci si cerca e ci si parla, magari non si è ancora molto fattivi, ma la direzione è quella giusta.●

Gmg Net
Digital Agency

We Develop Safely

Dalla strategia ai risultati, progettiamo e realizziamo soluzioni digitali sostenibili, sicure e performanti

Cloud & Hosting

Web Solutions

Digital Marketing

Cyber Security

gmgnet.com

blog.gmgnet.com

info@gmgnet.com

aitek
INNOVATIVE
PORT TECHNOLOGY
SOLUTIONS.
Gate Automation
Video Surveillance
Video Analytics
www.aitek.it

unico / replicabile

ricerca ▪ innovazione ▪ design ▪ arte
letteratura ▪ csr ▪ marketing territoriale

di Tullio Tolio

fabbrica® intelligente

Il fattore UMANO

La nuova Roadmap del Cluster Fabbrica Intelligente valorizza l'interazione uomo-macchina: le tecnologie devono essere messe al servizio delle persone che le utilizzano, non viceversa.

D U E M I L A V E N T I T R E

Gli ultimi due anni sono stati particolarmente sfidanti per le economie di tutto il mondo, Italia compresa. Nel documento "Produrre un paese resiliente" il nostro Cluster ha proposto una riflessione sulla crisi pandemica, evidenziando la necessità del sistema Italia di far fronte a quest'inusitata situazione, dotandosi di strategie in grado di traguardare al di là della "unicità" e dell'immediatezza dei problemi, e di far leva sulle qualità e le risorse produttive disponibili in una prospettiva a medio-lungo termine. Tutta la parte iniziale della Roadmap fotografa il panorama manifatturiero italiano - dove le aziende, grazie alla loro capacità di rapida riconversione dei processi produttivi sono riuscite, nel complesso, pur tra mille difficoltà, a rispondere bene alla difficilissima congiuntura economica -, ma lo fa riferendosi allo scenario internazionale, e puntualizzando su quelli che sono i cambiamenti in atto a livello europeo. In questo modo, il documento evidenzia il collegamento logico e, per così dire, strutturale, che deve esistere tra le strategie d'interesse regionale, nazionale ed europeo. Per noi questo è un punto chiave, perché, come ovvio, i diversi percorsi da intraprendere è bene che siano definiti anche a seconda delle politiche e delle indicazioni degli enti che offrono opportunità di finanziamento. La visione del Cluster è sempre stata quella di fungere da facilitatore di networking e indicatore-suggeritore alla politica di ricerca nazionale. Interfacciandoci da un lato con le Regioni, per definire i piani regionali, e dall'altro con gli attori delle partnership europee, noi agiamo come organo di soft-governance, continuando a porci l'obiettivo di far sì che il sistema della ricerca nazionale proveniente dal privato (aziende, startup, associazioni, enti di ricerca, università...) si dia una voce coordinata e coerente, e riesca a supplire, per quanto possibile, alle carenze di comunicazione e capacità di relazione sinergica fra gli enti pubblici. Abbiamo sviluppato la nostra Roadmap in conformità e continuità con le politiche di ricerca di Horizon Europe, che delinea il nuovo contesto europeo di riferimento. Rispetto al recente passato, Horizon 2020 smorza l'enfasi sulla circular economy e sulle visioni technology push, tipiche dell'industria 4.0, e pone con più forza al centro dell'attenzione il "fattore umano", in un'ottica di valorizzazione dei rapporti di interazione uomo-macchina, per la quale le tecnologie devono essere messe al servizio delle persone che le utilizzano, e non viceversa. Cuori pulsanti ed esiti propositivi della Roadmap sono gli ultimi capitoli, il 7 e l'8. Con riferimento ad alcuni importanti trend politici, ambientali, sociali e tecnologici, nella prima di queste sezioni finali del documento abbiamo proposto degli scenari di riferimento che potrebbero avere un impatto importante sul settore manifatturiero in termini di modelli di produzione, con diversi orizzonti temporali. Nel capitolo 8 abbiamo sviluppato invece i contenuti individuati in termini di linee d'intervento e di priorità di ricerca e innovazione, pur consapevoli del fatto che l'analisi sinottica dei dati storici e di quelli della congiuntura rende ardua qualsiasi previsione e richiede grande cautela in un contesto ancora in fase evolutiva, caratterizzato da forte incertezza. Fra gli scenari di riferimento per il futuro spiccano quello della mobilità elettrica, che propone una vera e propria sfida di filiera, e quello conseguente alla rapida e pervasiva diffusione di Internet, della digitalizzazione e dei sistemi cyber fisici. In particolare in quest'ambito di quasi fulminea evoluzione tecnologica abilitato dall'Internet delle cose, per gli operatori e i consumatori sta aumentando sempre di più la necessità di interagire con gli oggetti a distanza, e sta affermandosi un quadro di sviluppo basato sull'Internet delle Azioni; cioè a dire sull'avvento, ormai prossimo, di sistemi high tech che permettono di condividere non solo informazioni ma anche sensazioni e azioni, grazie alla presenza di sensori e attuatori intelligenti di ultima generazione. Fra i padiglioni della Mecspe (la fiera Internazionale per l'Industria Manifatturiera) di fine marzo a Bologna si sono già visti, per esempio, operatori che agivano dalla loro postazione e robot loro "compagni di lavoro" che agivano sul campo... Questo straordinario scenario d'interconnessione operativa uomo-macchina è una delle novità epocali dietro l'angolo, e potrebbe vedere l'Italia fra i player principali, perché, mentre la partita su internet è dominata dagli americani, sulla parte robotica l'Italia e l'Europa potranno giocare nel prossimo futuro un ruolo di primo piano: per chi, come noi, ha l'automazione nel Dna, internet diventerà molto probabilmente una commodity, mentre l'Internet of Action creerà occupazione. Uno scenario delicato è quello che riguarda il comparto della platform economy, dove la vertiginosa proliferazione di nuovi programmi e tecnologie potrà facilitare in modo esponenziale la produzione di prodotti complessi, personalizzati, in piccole quantità, con il rischio, tuttavia, della disintermediazione tra cliente e fornitore. La progressiva eliminazione della supply chain, per un paese come l'Italia sarebbe una cosa molto pericolosa, perché i nostri piccoli fornitori, gestiti direttamente dalle piattaforme innovative, potrebbero finire col perdere il contatto con i clienti... Una novità significativa della Roadmap è l'aver definito 7 linee di intervento dividendole in problemi e tecnologie abilitanti, intese come driver d'innovazione utili a gestire la complessità dei più avanzati processi logistici e di produzione tramite modelli replicabili, e l'aver segnalato le interazioni di ciascuna linea d'intervento con le altre. La Roadmap è dunque pensata per la prima volta a matrice, non è più "piatta". Quattro, le tematiche fondamentali che nel documento indichiamo come pre-condizioni di competitività delle nostre imprese: la produzione personalizzata, la sostenibilità industriale, la valorizzazione delle persone e l'efficienza. Fra gli strumenti avanzati per la configurazione e progettazione di soluzioni personalizzate, a evidenziare come meglio non si potrebbe la relazione fra "unicità" e "replicabilità" troviamo i sistemi per la modellazione in 3D in grado di gestire dati eterogenei multidimensionali (immagini, geometria 3D...). Per anni tecnologia di nicchia, negli ultimi tempi la stampa 3D è diventata una tecnologia abilitante, che sta trovando la sua dimensione nei processi produttivi che coinvolgono forme complesse, difficili da realizzare altrimenti, come, per esempio, alcune parti nell'aerospace o le palette di turbine. Un'altra qualità importante della Roadmap è che nelle pagine sulle linee d'intervento definisce un TRL (Technology Readiness Level - Livello di Maturità Tecnologica, ndr) delle tematiche e delle tecnologie cui si riferisce. Questo, perché il nostro piano d'azione è stato pensato e concepito anche come un'interfaccia di diversi Ministeri, in primis il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, anche se il Cluster Fabbriche Intelligenti è stato creato dal Ministero dell'Università e della Ricerca.●

(testo raccolto da Piera Ponta)

Tullio Tolio è Presidente del Comitato
tecnico-scientifico del Cluster Fabbrica Intelligente

di Filippo Ferroni

Si può FARE?

Brevetti e innovazione tecnologica: prospettive e nuovi scenari.

Quando la redazione di Genova Impresa mi ha chiesto se potevo scrivere qualcosa sul tema dei brevetti perché pensava si prestasse bene al dossier "unico e replicabile" in pubblicazione sul prossimo numero della rivista, mi sono accorto che era trascorso qualche anno dall'ultima volta che avevo scritto un pezzo su questo argomento. Il mondo nel frattempo è cambiato notevolmente, non fosse altro che per la pandemia appena passata (forse) e la guerra tuttora in corso, così che mi è venuto naturale fare mente locale a quello che è successo ultimamente nel campo della proprietà intellettuale (PI) di cui mi occupo professionalmente. Questo articolo vuole quindi essere un'occasione per fare un veloce punto della situazione attuale, auspicando che possa risultare utile a persone di imprese, di istituzioni accademiche, enti di ricerca, e in generale a tutti coloro che si occupano di innovazione tecnologica. Queste persone hanno infatti interesse a sfruttare, valorizzare e proteggere i risultati del loro lavoro, che sono "unici" fin tanto che qualcuno non li replica: se ciò avviene in maniera non autorizzata allora possono sorgere problemi e contestazioni, con i conseguenti danni e contenziosi. Questi principi, che sono alla base della tutela della proprietà industriale (la cui Convenzione istitutiva di Parigi è del 1883), sono gli stessi dalla fine dell'800 quando ebbe inizio la prima rivoluzione industriale e sono validi ancora oggi che siamo arrivati alla quarta (industria 4.0). Si pensi alle vicende di personaggi come Meucci e Bell o Edison e Tesla, che a fine '800 si contesero il primato dell'invenzione del telefono o delle prime macchine elettriche AC/DC, per arrivare alle liti negli anni '90 tra multinazionali come Apple, Microsoft o Samsung, riguardanti computer, telefoni cellulari e quant'altro. Cambiano le figure coinvolte (da singoli inventori geniali a grandi organizzazioni industriali) ma le motivazioni di fondo di queste vicende restano sostanzialmente le stesse e sono sempre attuali. La globalizzazione e la pandemia, nonostante l'impatto sociale ed economico mondiale che hanno comportato, non hanno cambiato le dinamiche della PI e della sua tutela. È di circa sei mesi fa la notizia che Moderna ha avviato una causa legale nei confronti di Pfizer per violazioni di brevetti sull'uso della tecnologia del RNA messaggero nei vaccini anti-Covid; questa azione di fatto interrompe una sostanziale tregua nell'attivazione (i.e. enforcement) dei diritti di PI, che si era instaurata per motivi facilmente intuibili durante il periodo più critico della pandemia (la produzione mondiale di vaccini avrebbe potuto essere ostacolata da cause legali tra multinazionali con effetti devastanti per la salute globale). Peraltro, durante quello stesso periodo il presidente americano Biden aveva chiesto a livello internazionale (in sede WTO) di sospendere i diritti di PI sui vaccini per il Covid; la proposta suscitò reazioni contrariate da parte degli europei, così che non se ne fece nulla. Ma già nuovi interrogativi si fanno avanti in questo scorcio iniziale dell'anno. Ad esempio, per favorire lo sviluppo di nuove tecnologie che contribuiscano alla transizione verde o comunque abbiano effetti favorevoli sulla sostenibilità ambientale, potrebbe essere opportuno adottare criteri particolari per la brevettazione di invenzioni "green" (es. sulla falsariga di quanto esiste nel campo farmaceutico)? In Italia è in corso l'esame parlamentare del decreto a lungo atteso sulle modifiche al Codice della Proprietà Industriale, nel quale si affrontano però altre questioni come la digitalizzazione della procedura o la ripartizione dei diritti per i ricercatori universitari. D'altra parte, anche la Commissione Europea, nonostante le varie proposte fatte ancora recentemente come quella sullo stop nel 2035 alla produzione di automobili a benzina o diesel, non prende in considerazione l'uso della PI come leva per lo sviluppo delle Green Technologies. Eppure, come risulta da un position paper del 2020 di AIPPI (una delle principali associazioni di studio internazionali sulla protezione della proprietà intellettuale), vi sono delle similitudini tra l'emergenza sanitaria pandemica e quella ambientale climatica che lascerebbero intravedere la possibilità di usare soluzioni normative simili, per dare impulso allo sviluppo delle tecnologie verdi ormai sempre più necessarie. A questo scopo il documento AIPPI raccomanda, tra le altre iniziative, la creazione di politiche che favoriscano definizioni comuni o quanto meno convergenti tra i vari Paesi, su cosa si debba intendere per "tecnologie verdi". Il documento utilizza poi l'esperienza globale della pandemia Covid-19 per illustrare l'interconnessione tra le crisi di salute pubblica e la necessità di accelerare l'innovazione per mitigare i rischi che esse comportano. Questo approccio olistico su più fronti potrebbe migliorare anche gli sforzi per affrontare il problema climatico, che non è meno immediato di quello pandemico e comporta una serie crescente di rischi per la salute pubblica e di costi sociali che sono paragonabili. Come si vede, quindi, il sistema brevettuale e la proprietà intellettuale possono offrire spunti interessanti per affrontare problemi di portata locale o anche globale. Ma perché ciò si realizzi occorre essere preparati. In altri termini, se da un lato pare ormai acquisito che si debba investire in ricerca e sviluppo, dall'altro non sembra che ci siano sempre idee chiare sull'argomento, in particolare su cosa debba intendersi per innovazione e cosa occorra fare per raggiungere questo obiettivo.

L'uso di reti e connessioni internet ha messo a disposizione di chiunque una quantità praticamente smisurata di dati e informazioni: la differenza dei risultati che si ottengono è nell'impiego che si fa di questi dati e informazioni. L'intelligenza artificiale può essere uno strumento di grande aiuto in questo compito, ma il fattore umano resta a mio avviso ancora determinante per indirizzare le scelte, individuare i problemi e le criticità da risolvere: parafrasando si può dire che l'intelligenza artificiale deve comunque essere guidata da un'intelligenza "naturale". Per esempio, le informazioni che si possono ottenere dalle banche dati e dalla documentazione brevettuale in genere, sono un valido strumento per indirizzare al meglio la nuova ricerca e i relativi investimenti. Le banche dati offrono la possibilità di conoscere le tendenze tecnologiche in un settore (landscaping), ma anche di individuare specifiche innovazioni d'interesse (invention mining) oppure raccogliere informazioni sulla concorrenza e favorire lo scambio di licenze (licensing, patent pooling). È anche per questo che le Università cominciano a riconoscere ai brevetti il valore di pubblicazioni scientifiche, si sono dotate di uffici per il trasferimento tecnologico (la "terza missione") e hanno avviato programmi per la valorizzazione della ricerca con la creazione di "spin-off" proprio su progetti innovativi tutelati da brevetti. Si noti che la ricerca e l'innovazione non vanno intese solo quelle a contenuto strettamente tecnico o tecnologico, ma anche quelle relative all'estetica e alla forma dei prodotti (design), che in certi campi hanno forse una importanza anche maggiore: si pensi alla nautica, ai mobili e all'arredamento, alla moda, ma pure al design nel mondo del web (siti, pagine internet ecc.). Tuttavia la complessità delle problematiche attuali rende necessario l'intervento di professionisti altamente specializzati, che uniscano competenze tecniche, industriali e giuridiche; per questo motivo in Italia esiste un albo di consulenti in proprietà industriale abilitati professionalmente, a cui tutti possono rivolgersi non solo per quel che concerne lo studio dei nuovi ritrovati e la loro brevettazione, ma anche per l'assistenza nelle situazioni conflittuali causate da prodotti contraffatti come quelli che abitualmente provengono dai paesi asiatici. Questi professionisti sono al servizio del nostro tessuto industriale che è principalmente formato da piccole e medie aziende, le quali sono però poco propense a dotarsi di strumenti per valorizzare e proteggere il loro patrimonio di conoscenze e innovazione, con uno svantaggio competitivo importante rispetto ai concorrenti stranieri. Se si guardano infatti le statistiche, si vede che le imprese dei paesi più industrializzati (Germania, Francia, Regno Unito in Europa, per non parlare di USA, Cina, Giappone e Corea nel mondo) depositano un numero di brevetti di gran lunga superiore al nostro: questo fatto non è casuale e dovrebbe far riflettere su una correlazione tra la brevettazione e le "performances" industriali di un paese. Questo legame ha diverse componenti, una delle quali è la (poca) fiducia che le aziende ripongono nella premialità del sistema brevettuale. Ciò dipende dal rispetto dei diritti di PI, che è legato molto all'efficacia del sistema di "enforcement" dei diritti; i tempi dei procedimenti giudiziari in questi paesi sono più brevi che da noi e si possono ottenere anche forti sanzioni economiche contro chi viola brevetti di un concorrente. Le imprese italiane dovrebbero quindi prestare più attenzione alla novità che è in corso in questo periodo, rappresentata dal sistema Unitario Europeo. Infatti, dal 1° giugno 2023 entrerà in vigore un nuovo sistema unitario di protezione dei brevetti europei, che prevede un Brevetto europeo a effetto unitario (detto anche Brevetto unitario o unitary patent - UP) e un Tribunale europeo specializzato con giurisdizione esclusiva sui brevetti europei: il Tribunale Unificato dei Brevetti (brevemente TUB o Unified Patent Court - UPC). Il Tribunale Unificato ha una divisione centrale (Central Division) a Parigi, con una prima sezione a Monaco di Baviera e un'altra sezione vacante, perché era destinata a Londra ma per via della Brexit dovrà essere riassegnata; l'Italia dovrebbe essere la sede prescelta (Milano), ma è in corso una complessa partita diplomatica, il cui risultato finale non è scontato. È comunque prevista una rete di divisioni locali o regionali presso le capitali o principali città degli Sati europei aderenti, dove è possibile promuovere le azioni di contraffazione dei brevetti europei. Le decisioni del Tribunale Unificato hanno efficacia in tutti i paesi aderenti, senza quindi bisogno di moltiplicare i giudizi o di procedure per il loro riconoscimento all'estero. Tuttavia, essendo una giurisdizione sovranazionale, i diritti (fees) richiesti dalla Corte per promuovere le azioni legali non sono trascurabili: ad esempio, per una causa di contraffazione del valore fino a 500.000 € sono dovuti 11.000 € di diritti (a cui si dovranno aggiungere gli onorari professionali degli studi legali), ma per cause di valore superiore (dell'ordine di alcuni milioni di euro) i diritti salgono a diverse decine di migliaia di euro. Grazie all'introduzione di queste novità, un brevetto europeo potrà avere effetto unitario in tutti i Paesi che hanno aderito all'accordo ratificandolo (oggi sono 17): Austria, Belgio, Bulgaria, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Olanda, Portogallo, Slovenia, Svezia. Altri Stati firmatari si potranno aggiungere in futuro quando ratificheranno l'accordo (es. Grecia, Irlanda, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Ungheria), mentre resteranno fuori Spagna, Croazia e Polonia. Per gli Stati aderenti all'accordo, il nuovo Tribunale Unificato avrà giurisdizione esclusiva nel giudicare la validità e la contraffazione dei brevetti europei: ciò vuol dire che per questi Stati la giurisdizione nazionale cesserà di essere applicata a partire dal 1° giugno prossimo, sia pure con un periodo transitorio di 7 anni durante il quale l'attuale regime giurisdizionale permarrà insieme a quello nuovo e sarà possibile optare per una delle due vie. In vista di queste novità, dal mese di marzo corrente ha avuto inizio il periodo di avviamento (c.d. sunrise period) del nuovo sistema unitario. Durante questo periodo sarà possibile scegliere se mantenere l'attuale regime giurisdizionale nazionale anche dopo l'entrata in vigore del sistema il prossimo giugno, avvalendosi della facoltà di opzione (opt-out) prevista dall'accordo sul TUB. Lo scenario che si prospetta per il futuro vedrà quindi le aziende italiane coinvolte (volenti o nolenti) in un sistema unificato europeo di concessione e di tutela dei brevetti, con il quale dovranno imparare in fretta a convivere per evitare di essere colte di sorpresa e sopravanzate dalla concorrenza più agguerrita.

Filippo Ferroni è Consulente in Proprietà Industriale e European Patent Attorney

di Monica Gori

Una soluzione tecnologica unica, sviluppata dall'IIT e validata a livello scientifico e clinico, per la riabilitazione precoce di quasi 3 milioni di bambini e adolescenti con disabilità visiva grave. Il progetto, ad alto impatto sociale, è in cerca di finanziamenti.

Sound AND BUZZ

I risultati della ricerca scientifica hanno evidenziato come l'insorgere di una disabilità visiva precoce abbia degli effetti gravi sullo sviluppo di molte abilità spaziali, motorie e di interazione sociale. Di conseguenza la qualità della vita di tutti i bambini e i ragazzi ipo- e non vedenti del mondo risulta significativamente compromessa. Per far fronte a questa situazione, negli ultimi anni sono state sviluppate nuove tecnologie per le persone non vedenti che hanno il vantaggio di rispondere a esigenze ben precise. Un esempio sono i dispositivi sviluppati nella Unit for Visually Impaired People (U-VIP) dell'Istituto Italiano di Tecnologia (IIT), guidata da me, che da ormai più di vent'anni mi occupo di percezione multisensoriale in adulti e bambini con e senza disabilità visiva. Negli scorsi anni sono stata leader di un progetto europeo che ha portato alla creazione di un braccialetto sonoro intelligente che, al fine di migliorare le abilità spaziali e sociali del bambino non vedente, sfrutta la capacità del cervello di associare suoni e movimenti. Attraverso un trial clinico di tre mesi è stata dimostrata l'efficacia di questo "braccialetto tecnologico", e per tale ragione in U-VIP è nata l'ambizione di portare il prodotto in commercio. Sfortunatamente, il piccolo bacino di utenti finali e i costi di mantenimento dell'hardware hanno reso il progetto finanziariamente non sostenibile agli occhi degli investitori, obbligando il nostro team ad accantonare temporaneamente l'idea.

Questa, purtroppo, è la realtà di molte tecnologie come quella sviluppata da noi, che nonostante siano pensate per risolvere delle problematiche concrete e ben definite, si rivolgono a una popolazione di riferimento ridotta e con basso potere d'acquisto. Di conseguenza, la spinta alla commercializzazione di sistemi di questo tipo non può avere come scopo soltanto il profitto ma, principalmente, l'impatto sociale sulla popolazione di interesse. Per far fronte a questa situazione e a questi limiti di mercato, grazie anche all'aumento significativo di dispositivi mobili come smartphone e smartwatch, nel nostro team si è riaccesa la speranza di riuscire a mettere a disposizione del maggior numero di persone possibile le funzionalità del "braccialetto tecnologico" tramite un'applicazione software. Abbiamo così deciso di impegnarci nella creazione di una impresa sociale per riuscire nel nostro intento. Il nome che abbiamo dato a questa impresa è "Sound and Buzz", in breve "SoBu". Il team è composto da Walter Setti, Davide Esposito, Nicolò Balzarotti e me, in veste di Scientific Advisor. L'idea di SoBu nasce principalmente dai limiti delle tecnologie per non vedenti a oggi disponibili. La maggior parte dei dispositivi sono infatti pensati per gli adulti, nonostante le neuroscienze suggeriscano che l'intervento precoce sia quello più efficace. Inoltre, questi dispositivi non riabilitano, cioè non migliorano le abilità compromesse dall'assenza di visione, ma sono solo di supporto alla vita quotidiana. Se si pensa alla riabilitazione in caso di disturbo visivo, si sa che questa è limitata sia nel tempo, poiché le sedute di riabilitazione si svolgono in orari e giorni ben precisi, sia nello spazio, perché le attività riabilitative sono svolte soltanto nei centri clinici e negli ospedali. Infine, si lascia poco spazio all'interazione sociale che è limitata al rapporto tra il bambino e il medico curante o il riabilitatore. Gli strumenti utilizzati per intervenire sulla disabilità visiva sono principalmente analogici ma obsoleti, come ad esempio tavolette di legno e sonagli. Per quanto riguarda invece il mondo delle applicazioni per bimbi non vedenti, queste hanno principalmente carattere ludico, senza alcuna finalità riabilitativa. Le poche app con scopi riabilitativi, invece, non sono state pensate per essere utilizzate da un bambino. SoBu è quindi la soluzione che proverà a risolvere queste problematiche. SoBu è un'applicazione che consiste in una gamma di giochi audio-motori interattivi che combinano i movimenti con i feedback sensoriali sia acustici che tattili, come il "braccialetto elettronico". La principale innovazione che portiamo con SoBu è che i giochi proposti sono stati validati sia a livello scientifico che clinico. La app è composta da giochi che agiscono sulla spazialità, quindi sul movimento e sulla percezione del corpo, e giochi interattivi che lavorano sugli aspetti più sociali per favorire l'inclusione dei bimbi in ogni contesto. SoBu punta quindi a portare la riabilitazione fuori dai centri clinici, permettendo ai quasi 3 milioni di bambini e adolescenti in tutto il mondo con una disabilità visiva grave, che ogni giorno convivono con i limiti imposti da un disturbo visivo, di riabilitarsi in tutti gli ambienti della loro vita quotidiana attraverso un canale semplice e amato: il gioco. Il progetto SoBu è al momento in fase di raccolta fondi per avviare lo sviluppo del software e ci auguriamo di riuscire nel nostro intento. La storia di SoBu e di U-VIP è un esempio fra mille che può aiutare a capire quanto profondo sia il divario fra ricerca e mondo reale, ma è anche un invito a non demordere e cercare altre strade, come quella dell'impresa sociale, che in molti casi è l'unica percorribile.●

Dal terroir ALLA TAVOLA

L'Etichetta Geologica di Prodotto (EGP) valorizza le caratteristiche uniche dei suoli agricoli e dei prodotti non delocalizzabili che ne derivano.

GeoSpectra

Il fatturato del settore agroalimentare italiano è di circa 37 miliardi di euro l'anno. I più importanti analisti di settore hanno recentemente stimato in miliardi di dollari il valore annuo dei prodotti alimentari distribuiti nel mondo che risultano palesemente e illegalmente spacciati per produzione italiana. È una cifra assordante e tragica per l'economia del nostro Paese. Le frodi sono differenti e numerose e riguardano centinaia di prodotti: basti pensare ai formaggi, all'olio, alla pasta. Le più macroscopiche sono legate all'uso fraudolento di etichette e nomi che richiamano in tutta evidenza un'origine e una qualità schiettamente italiana, mentre in realtà essi sono copie scadenti prodotte in altri luoghi: presi di mira sono i prodotti italiani più noti, famosi e riconosciuti.

Tra i prodotti del settore agroalimentare vanno tuttavia distinti quali siano quelli di trasformazione e quelli strettamente legati, o per meglio dire, più strettamente radicati sul territorio. Per questi ultimi si intendono principalmente i prodotti agricoli coltivati in un determinato luogo con peculiarità geo-pedologiche uniche. Da qui nasce il progetto che vede l'analisi dei suoli e la relazione suolo/prodotto come "garanzia" del prodotto stesso.

La domanda è: se il suolo ha caratteristiche uniche, sono uniche anche le caratteristiche dei prodotti coltivati su di esso? Ovvero lo stesso prodotto, ad esempio lo stesso vitigno, coltivato su suoli diversi mantiene le stesse caratteristiche o il suolo è una discriminante? Ebbene da quanto visto con le sperimentazioni effettuate su vari prodotti agricoli (vino, olio, mele) e spontanei (funghi edibili) la risposta appare senz'altro positiva. Effettivamente a diversità di suolo i prodotti presentano caratteri ben distinti. La metodologia, inoltre, si rivela un valido aiuto agli specialisti agronomi per individuare le carenze, o gli eccessi, di alcuni elementi del suolo utili o dannosi per le coltivazioni consentendo di migliorare i trattamenti agronomici e quindi la qualità dei prodotti.

Con l'utilizzo di analisi spettroscopiche, come l'XRF (foto a lato) e il Raman, e microscopiche, sia ottiche che elettroniche, si è applicato un procedimento scientifico come strumento di valorizzazione e protezione del prodotto agricolo. Da qui è nata l'idea dell'Etichetta Geologica del Prodotto (EGP) che rappresenta, nel panorama strategico di marketing territoriale, un innovativo elemento di valorizzazione del "terroir".

ETICHETTA GEOLOGICA DEL PRODOTTO
GeoSpectra s.r.l.

L'EGP è da intendersi come una certificazione volontaria, "configurabile come un'indicazione facoltativa di qualità così definita dall'art. 29 del Regolamento (UE) n. 1151/2012", delle caratteristiche geologiche dei siti di produzione dei prodotti agricoli DOP edIGP che accresce il valore percepito del prodotto stesso, poiché fissa l'identità genetica in senso geologico dell'area di produzione. Di fatto l'EGP rafforza il legame fra prodotto e territorio. Infatti, un prodotto agricolo è il risultato della sommatoria di più componenti, antropiche e naturali, ognuna con il suo grado d'importanza, quali: a) le caratteristiche della cultivar; b) le tecniche di coltivazione; c) le tecniche di trasformazione; d) le caratteristiche geologiche e geografiche del luogo di produzione (altitudine, morfologia ed esposizione versanti, clima, geologia, composizione chimica e mineralogica del terreno ecc).

Fra le citate variabili che influenzano il terroir, in particolare per le denominazioni d'origine, quelle «geo» hanno un'importanza fondamentale per almeno due ragioni: la prima perché, al netto delle altre componenti, condizionano la qualità e le caratteristiche organolettiche; la seconda perché rafforzano e certificano il legame territorio/prodotto. Nello specifico, esse possono caratterizzare, all'interno di un territorio, o della stessa DOP, condizioni particolari fra una zona di produzione e l'altra. I produttori che aderiscono a questo processo volontario di certificazione potranno fregiarsi di relativo marchio, ma dovranno rendere noto al consumatore l'insieme dei dati geo-analitici caratterizzanti il proprio terroir di produzione, che saranno divulgati attraverso il sistema comunicazione dell'EGP. L'Etichetta Geologica del Prodotto, oltre a essere un elemento evidente di valorizzazione del terroir locale, fornisce altri vantaggi in quanto permette di: a) integrare dati per la gestione agronomica della coltivazione; b) fornire dati a garanzia della sicurezza alimentare; c) individuare le attitudini dei terreni per il recupero delle terre incolte; d) comprendere le dinamiche ambientali dei siti monitorati.

Nei territori della produzione agricola, l'etichetta geologica esprime concretamente il valore della Geodiversità della regione e consente di connotare un prodotto di qualità e a denominazione di un determinato sito come un prodotto non solo raro, ma unico e non delocalizzabile; inoltre, l'unicità - oltre a essere un valore - è anche, sotto il profilo di mercato, una delle spinte più forti nelle motivazioni di consumo di beni di elevata qualità.

Le incoraggianti sperimentazioni effettuate ci hanno consentito di proporre l'EGP come un valido strumento che potremmo definire "a risposta multipla". Innanzitutto consente una dettagliata descrizione areale completa delle componenti dei suoli di una zona in modo veloce e preciso: dal guidare gli esperti in una migliore programmazione dei trattamenti ovvero rimediare a qualche problema che potrebbe essere evidenziato. Grazie all'EGP è possibile "allegare" per via informatica una dettagliata descrizione dell'areale dove il prodotto viene coltivato; ciò è senz'altro un passo avanti nel marketing del prodotto stesso, tanto più valido per alcune tipologie di prodotti liguri coltivati su impervi terreni terrazzati.

L'EGP può far percepire al consumatore il valore del prodotto stesso a giustificazione di un prezzo a volte più alto non già come semplice prodotto agricolo, ma prodotto di un terroir unico ed irripetibile e quindi legato all'e-commerce. Infine, l'analisi Raman prima citata consente di analizzare, oltre al suolo, anche il prodotto. In tal modo si potrà chiudere il cerchio valutando cosa dal suolo "passa" alla pianta caratterizzandone in modo assoluto l'interdipendenza e associando all'EGP anche considerazioni relativi alla Nutraceutica.●

www.geospectra.it

di Luciano Caprile

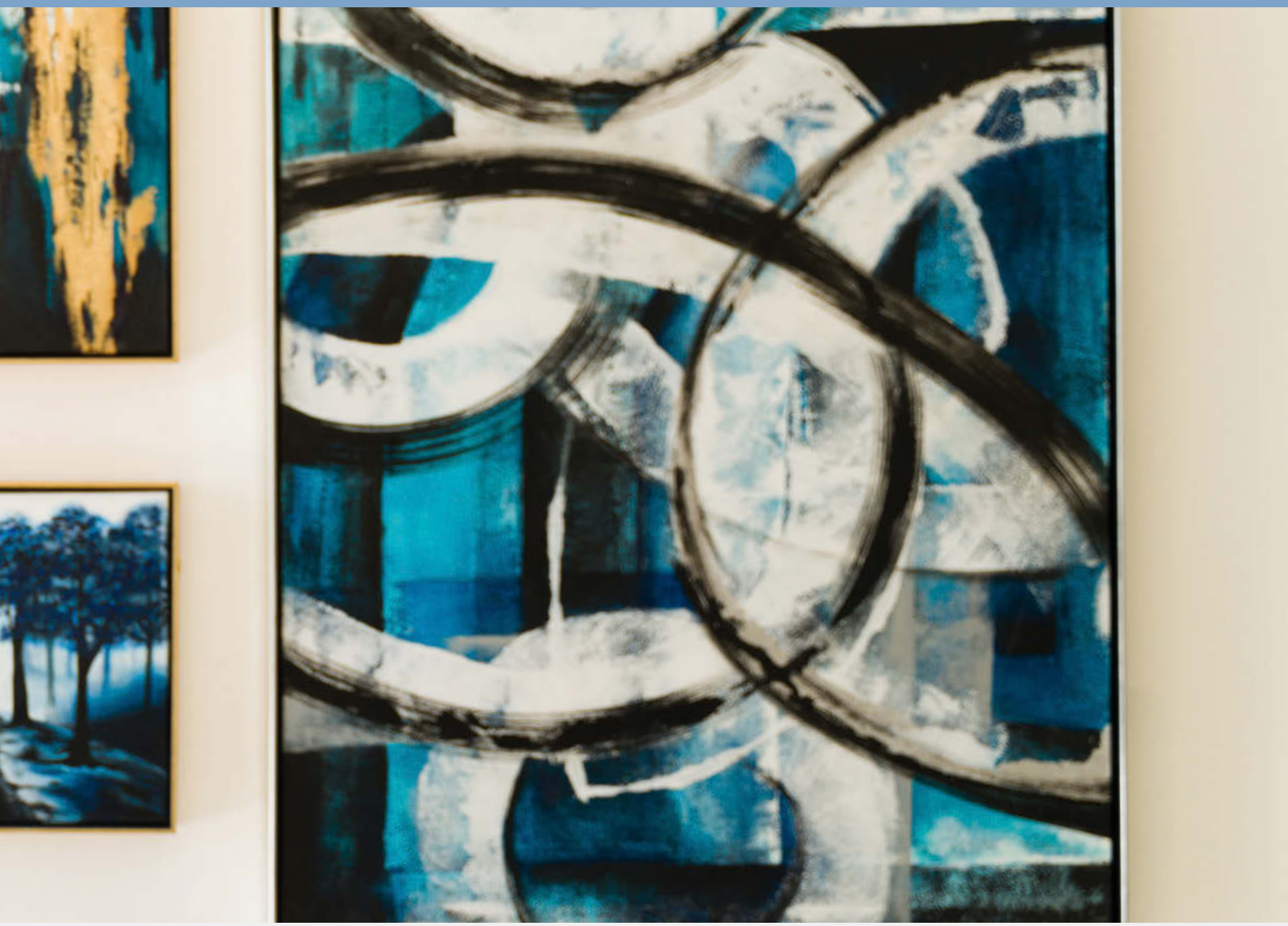
Multipli D'AUTORE

Le reazione del mercato dell'arte all'avvento di "repliche originali".

L'unicità è uno degli argomenti più dibattuti nel campo dell'arte contemporanea. Anche nei secoli passati esisteva questo problema ma veniva collocato in un territorio per lo più marginale: riguardava soprattutto le copie di tele famose che non coinvolgevano, se non in rare occasioni, l'autore dell'opera originaria. Invece nel Novecento (in particolare a partire dagli anni Sessanta/Settanta) il problema è emerso con particolare decisione. Colpa o merito del mercato in espansione che ha moltiplicato il numero di possibili acquirenti provvisti talora di un minor senso critico rispetto ai predecessori. E colpa, possiamo dirlo, di quegli artisti che, puntando sulla notorietà decretata da una personale tipologia espressiva, non solo hanno insistito su quella via ma hanno replicato le loro immagini o i loro gesti con poche o nulle varianti, limitandosi magari a mutazioni tonali sulla stessa icona. Alla stregua del marchio di un ricercato prodotto di consumo facilmente riconoscibile che la moda in auge in quel momento intendeva privilegiare. Un possesso concreto e un consumo visivo da esibire dunque come un prezioso "status symbol". Tutto questo per poter dire pertanto con fierezza: «Io possiedo quella "Marilyn" di Warhol esibita tale e quale nei principali musei d'arte moderna».

Tale approccio purtroppo ha alimentato anche la produzione e il commercio dei falsi che hanno accentuato il problema. Un problema innescato da tale sistema di replicazione e dalla richiesta sempre più accentuata di una determinata tipologia (se non addirittura di una determinata immagine, come nel caso delle "Marilyn" di Warhol appena citate). Un problema alimentato non di rado dalla difficoltà di distinguere il vero dal falso ovvero dal "falso" concepito dallo stesso autore e dal falso messo in commercio da provetti falsari.

Da noi un caso eclatante sotto questo profilo è stato innescato da Mario Schifano, che ha ridipinto e riproposto tale e quale in vari periodi un caratteristico suo tema (si pensi per esempio alle "palme"), mettendo in crisi i mercanti e i collezionisti sul valore venale da destinare a ogni successiva replica; una riproposizione accentuata da immagini stampate sulla tela e ridipinte ogni volta con differenti colori,



alla maniera delle sopracitate "Marilyn", per sottolinearne una controversa unicità. Era caduto (o era voluto cadere) in questa trappola anche un grande maestro come Giorgio de Chirico, allorché aveva anticipato di alcuni decenni la data di opere d'impronta metafisica realizzate invece negli anni Cinquanta, usando le medesime figurazioni e simbologie che lo avevano reso celebre. In ambito scultoreo, poi, l'unicità inciampa sulla regola che permette di replicare i bronzi fino a nove esemplari definendoli tutti pezzi unici. Insomma, ci si inoltra in un territorio veramente arduo da percorrere. E in tale situazione è il mercato a decidere il prezzo di ogni esemplare, un mercato che premia la preparazione specifica di chi acquista al giusto prezzo e punisce duramente chi pensa di aver fatto l'affare della vita prendendo per poche migliaia di euro un'opera simile a una dello stesso autore, battuta dalla Christie's di New York a una cifra dieci o cento volte superiore. In questo caso non è la qualità, magari identica, ma la primogenitura a decidere il prezzo. E qui, come sempre, entra in gioco la competenza, che latita in alcuni compratori, ed entra in gioco questo meccanismo innescato, come sempre, dalla domanda e dalle offerte, condivisibili o meno che siano. Come se ne esce? Non se ne esce se non adattandosi al sistema e cercando di studiarlo a fondo per non esserne sopraffatti. Alla maggioranza degli artisti va bene così e va bene così anche ai collezionisti più illuminati. E forse va bene perfino a quelli meno illuminati, che si accontentano di ammirare sulle loro pareti di casa l'immagine desiderata seppur frutto di posteriori repliche. Anche se, a questo punto, una grafica potrebbe sortire il medesimo effetto percettivo. D'altra parte non si può tornare indietro. Non se lo può permettere il citato mercato, che prospera grazie alle menzionate regole-non regole che permettono di nutrire anche molte illusioni da trasformare, purtroppo, in delusioni se l'opera, per così dire "dubbia", viene staccata dalla parete di casa per metterla in vendita alla ricerca di un premio dallo stesso mercato. Insomma, non se ne esce se non provvisti di quelle cognizioni che in arte, come in altri settori, permettono all'appassionato di muoversi adeguatamente in un ambito prodigo di insidie.●

di Enrico Gollo

Dal prototipo alla realizzazione su larga scala, il modus operandi nell'industrial design.

Materializzare UN'IDEA

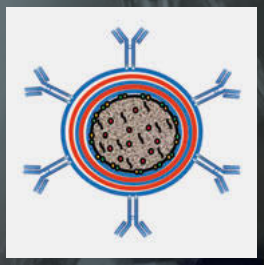
Nell'attività di industrial design e in genere nell'attività di progettazione, raccolte tutte le informazioni necessarie, siano esse richieste di una committenza o, più in generale, informazioni che derivano da necessità non contingenti relative alla soluzione di un problema o, ancora, indagini di mercato, ci troviamo davanti al primo step, all'incipit del progetto, quello che, comune a ogni processo creativo, si chiama il foglio bianco.
Una fase che in verità ha sempre vita assai breve: di fatto le proposte o le idee, con il flusso di informazioni che di solito si hanno, escono velocemente consentendo da subito una declinazione di pensieri sul già menzionato foglio. Tuttavia, adottando questa immagine come metafora, ci rendiamo conto di quanto sia stimolante e sfidante riuscire a realizzare un prodotto partendo da ciò che era solamente un pensiero, frutto di ragionamento articolato, per arri-

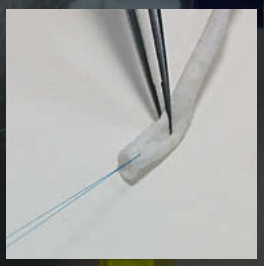
vare a materializzare un'idea e dare forma alla soluzione che si ritiene essere la migliore.
Il design, e tutto il lavoro che comporta, si può descrivere come un viaggio o una narrazione che ci porta, nei suoi vari step, a un processo di Proof of Concept, la fase che ci consente di valutare le potenzialità dello sviluppo di un'idea, ovvero l'efficacia di una soluzione che, in quanto tale, dovrebbe essere inedita e innovativa. Contestualmente la redazione di una distinta dei materiali - BOM (Bill of Materials) - componenti, sottoassiemi, semilavorati e tecnologie di produzione verrà fatta al fine di determinare costi e sostenibilità in base ai contenuti di innovazione e al vantaggio competitivo che avremo nel proporre un nuovo prodotto.
Infatti, a questo si arriva attraverso un percorso progettuale che naturalmente non si è fermato a uno sviluppo estetico, comunque importante, ma ha considerato la funzionalità del prodotto attraverso lo studio dei materiali, l'ergonomia, i costi, la tecnologia produttiva, le aspettative del mercato, le tendenze ecc.
Questo processo (indispensabile, per chi fa il nostro mestiere) comprende in una sua fase successiva la prototipazione fisica vera e propria, quella che io ritengo sia la prova del nove atta a indicare la fattibilità del prodotto stesso e il suo essere replicabile. Nella fase di studio di un prodotto succede che il progettista voglia da subito verificare come si sviluppa e si pone nello spazio ciò che ha immaginato, i primi contatti del vedere e toccare l'oggetto.
Qui vengono in aiuto i vari programmi che ormai si usano allo scopo, come stampanti 3D e prototipazione veloce: risulta innegabile, infatti, il vantaggio che queste macchine danno nella velocità di costruzione di modelli e prototipi che ci consentono di verificare la validità del prodotto, come funziona, se risponde alle aspettative richieste.
Il poter creare tali "manufatti" di alta qualità, che possono funzionare quasi come prodotti finali, consente una validazione efficace in vista della produzione seriale; partendo direttamente da dati CAD (Computer Aided Design) si riesce a ottenere diverse revisioni dei modelli che si basano su riscontri fisici e di funzionamento. Quindi, rifacendosi al significato del prototipo, che è l'archetipo di ciò che voglio realizzare su larga scala, si osserva l'importanza che questo ricopre, consentendo di effettuare verifiche di vario tipo prima della produzione vera e propria.
L'impiego dello stesso può prendere varie direzioni di sperimentazione, ricerca, comunicazione e, come detto, test. La rappresentazione fisica dell'oggetto aiuta a individuare inoltre criticità e debolezze dello stesso, riuscendo a veicolare in maniera ottimale il raggiungimento degli scopi che ci si è prefissati, con esami FMEA (Failure Mode and Effects Analysis) e test che coinvolgono direttamente i consumatori; tutto ciò per decidere se il prodotto possa procedere con la messa in produzione e/o debba essere modificato.
A questo punto, vorrei dedicare spazio a quella parte artigianale del design che, a mio parere, mai dovrebbe essere trascurata o abbandonata da chi si cimenta nella progettazione: mi riferisco al lavoro manuale, dove ci si deve "sporcare le mani".
Costruire modelli in laboratorio ci consente di prendere confidenza con i materiali, entrando direttamente in contatto con le singole caratteristiche di ognuno, siano essi in legno, materiali plastici, metallo, gesso, resine ecc., fare e sperimentare. Il lavoro manuale sugli oggetti, prima che diventino tali, insegna come far prendere forma a un modello, come trasformare la materia e chi dà informazioni sul comportamento del materiale.
Oltre a sviluppare ingegno e tecnica, ci si deve interessare non solo a quello su cui si sta lavorando, ma anche a come si comporta strutturalmente, a verificare la sua funzionalità, a conoscere quali saranno le fasi successive nella messa in produzione e quali tecnologie produttive potranno eventualmente essere adottate. Altra componente importantissima del modello/prototipo, di cui prima si è fatto cenno, è quella che ci consente di guardarlo come si pone nello spazio, come si presenta; ci permette di avere contatto fisico con esso e quindi di toccarlo e di capirne e apprezzarne la valenza estetica, il suo essere seducente inteso come oggetto che attira la nostra attenzione perché ben risolto nella sua funzionalità e nelle sue forme.
Questo modus operandi, questa filosofia del fare, ci ha consentito, negli anni, di capire quello che si richiede sempre di più al progettista e/o al designer: assolvere compiti di problem solving, cioè capire come affrontare e risolvere un problema con i mezzi adeguati e le competenze multidisciplinari che vengono messe a sistema. Tutto ciò per fornire le risposte esaustive che il mercato si aspetta da un prodotto innovativo.
Un'innovazione che soddisfi pienamente le esigenze e offra le migliori soluzioni per risparmiare tempo ed energia, che crei prodotti user friendly e che, infine, arrivi a dare quel valore aggiunto in termini di migliore qualità della vita, con l'uomo al centro, in equilibrio con ciò che lo circonda.

di Pier Francesco Ferrari

DALLA PREVENZIONE alla cura

Al Centro BELONG dell'Ateneo genovese, le ricerche ingegneristiche vengono ispirate dalla medicina e dalla biologia vascolare, dimostrando che è possibile superare i limiti delle singole discipline.





Nella quotidianità, il connubio perfetto tra la ricerca scientifica e lo sviluppo di prodotti commerciali sembra ancora lontano dall'essere raggiunto. Da un lato, vi è la passione per la ricerca scientifica di tutti noi ricercatori che crediamo fortemente nello sviluppo di nuove tecnologie, ma dall'altro lato vi è il prodotto finito che deve essere commercializzato dalle aziende il cui principale obiettivo è generare guadagno. L'annoso problema è che spesso questi due mondi sembrano essere in contrapposizione, come se la ricerca scientifica e la produzione commerciale fossero due sfere distinte e separate. Nella realtà, dovrebbero lavorare in sinergia per far nascere prodotti altamente innovativi che possano migliorare la vita delle persone e l'economia del paese. Il vero limite, però, è rappresentato dal gap che esiste tra la ricerca scientifica e il prodotto commerciale. Questo divario è conosciuto come technology transfer e rappresenta una sfida per molte aziende e università, soprattutto in Italia e in Europa, dove è ancora in fase embrionale, anche se si stanno facendo importanti passi avanti. Tra le motivazioni, sicuramente ritroviamo la mancanza di una adeguata formazione del ricercatore in questo settore, la difficoltà di reperire finanziamenti comuni e la mancanza di una normativa ad hoc. Per affrontare questi problemi, sarà necessaria una rivoluzione culturale e strutturale. Le università e le aziende dovranno collaborare maggiormente, creando partnership e progetti condivisi. Le istituzioni pubbliche saranno chiamate a sostenere la ricerca e l'innovazione, facilitando il technology transfer e mettendo a disposizione finanziamenti adeguati, come già si sta iniziando a fare con i bandi Proof of Concept. Parlando di technology transfer, è d'obbligo introdurre il concetto di transdisciplinarità, ovvero il mettere insieme competenze che sono anche molto lontane tra loro, per arrivare al giusto prodotto da lanciare sul mercato. Il nostro centro BELONG (Biologically inspired Engineering in vascular medicine and LONGevity) ne è un esempio virtuoso. BELONG è un centro interdipartimentale tra il Dipartimento di Ingegneria Civile, Chimica e Ambientale e il Dipartimento di Scienze Chirurgiche e Diagnostiche Integrate dell'Università degli Studi di Genova ed è diretto dalla prof.ssa Patrizia Perego, dal prof. Domenico Palombo e dal prof. Giovanni Pratesi. BELONG è un centro in cui le ricerche ingegneristiche vengono letteralmente ispirate dalla medicina e dalla biologia vascolare, in una perfetta atmosfera di contaminazione culturale tra l'Ingegneria Chimica e la Chirurgia Vascolare. Grazie alla transdisciplinarità del Centro, è possibile superare i limiti delle singole discipline e affrontare problemi che affliggono la società moderna, come ad esempio le patologie cardiovascolari che rappresentano la prima causa di morbilità e di mortalità nel mondo, con profonde ricadute sui sistemi economici nazionali. Da qui nasce la necessità di sviluppare tecnologie innovative (terapie, device medicali e biosensori) su base ingegneristica che possano rappresentare valide soluzioni ai problemi che i chirurghi vascolari devono affrontare quotidianamente. Nel centro BELONG, ci occupiamo della patologia cardiovascolare in toto, dalla prevenzione della malattia sino alla produzione di costrutti per la sostituzione dei vasi ostruiti. Prevenire le patologie cardiovascolari significa avere uno stile di vita corretto che dipende anche dall'alimentazione, concetto ormai superato dalla nutraceutica, ovvero la nutrizione che assume connotati terapeutici. Da moltissimi anni, anche nell'ottica della sostenibilità ambientale, nel Centro ci occupiamo di estrarre molecole bioattive dagli scarti dell'industria agroalimentare. Il nostro territorio, la Liguria, si presta bene a questo tipo di attività; abbiamo, infatti, molte biomasse che derivano da particolari processi agroindustriali, come la sansa di olive, le vinacce e i vinaccioli. Da questi sottoprodotti vengono estratte molecole ad alto valore aggiunto che sono poi testate sulle cellule dei nostri vasi per studiarne le loro proprietà terapeutiche. Da qui, nasce il nostro spin-off universitario e startup innovativa "BEST" (Biologically inspired Engineering for Symbiotic Treatments), in cui stiamo mettendo a punto, in un'ottica di agricoltura simbiotica, biostimolanti basati sull'incapsulamento di microrganismi che possano aumentare il contenuto di composti biologicamente attivi negli ortaggi già durante il loro accrescimento, acquisendo un importante valore nutraceutico. La nostra ricerca sta sempre più spingendosi verso nuovi orizzonti, anche quando si tratta di curare patologie che sembrano incurabili. È il caso dell'aterosclerosi, una malattia cronica molto diffusa al giorno d'oggi. Per contrastare questa patologia, si è pensato di utilizzare un nuovo sistema di drug delivery basato su nanoparticelle. Grazie a questo sistema, il farmaco viene trasportato in maniera specifica alla placca aterosclerotica in fase florida, riducendo notevolmente gli effetti collaterali e aumentando l'efficacia della terapia. Nell'ottica del technology transfer, questa ricerca è stata trasformata in due prototipi, "NANOLIPOSOMI" e "PANTHERA", con i quali si è intrapresa una procedura di brevettazione internazionale. Nelle condizioni peggiori, quando il vaso non può essere farmacologicamente trattato, vi è il bisogno di un intervento chirurgico di sostituzione con protesi vascolari artificiali. In BELONG stiamo sviluppando soluzioni innovative, ovvero il prototipo "RESCUE", per superare i limiti che caratterizzano le protesi vascolari attualmente in commercio, come l'inadeguatezza per piccoli calibri, la possibile usura nel tempo e la possibile colonizzazione batterica. RESCUE è una protesi vascolare di piccolo calibro (inferiore ai cinque millimetri), biodegradabile, bioriassorbibile e bioattiva, in grado di guidare attivamente il processo di completa rigenerazione del vaso, dal momento dell'impianto sino al suo completo bioriassorbimento. RESCUE, dopo esser stata studiata per anni sotto il profilo morfologico, fisico, chimico, meccanico, biologico e della suturabilità, è pronta per essere studiata in un vero e proprio apparato cardiovascolare. È questo l'ultimo prototipo sviluppato nei laboratori di BELONG, un bioreattore ad alte prestazioni che consente di validare RESCUE come se questa fosse realmente impiantata in un organismo. Lo sviluppo di questi prototipi ha permesso al Gruppo di Ricerca di essere finanziato, nel contesto del technology transfer, con fondi Proof of Concept. Le diverse ricerche condotte in BELONG hanno sempre avuto e continueranno ad avere l'obiettivo di dare vita a prototipi che possano essere pronti per farsi strada nel mondo del technology transfer, sperando che possano passare presto dalla ricerca scientifica di base a un vero e proprio prodotto commerciale.●

Pier Francesco Ferrari è Ricercatore al Dipartimento di Ingegneria Civile, Chimica e Ambientale dell'Università degli Studi di Genova

di Francesca Sanguineti

Buoni ESEMPI

Uno dei valori portanti dell'utilità sociale è la "replicabilità" dei progetti, capacità di far sì che una buona prassi possa essere condivisa e trasferibile, massimizzandone le ricadute positive.

In base ai risultati di una ricerca condotta da Confindustria Genova e Celivo (Centro di Servizio per il volontariato) nel 2004 per analizzare il grado di diffusione di pratiche di responsabilità sociale di impresa e i rapporti tra imprese ed enti no profit, era emersa la necessità di far conoscere le numerose iniziative di collaborazione esistenti tra imprese e organizzazioni del terzo settore del territorio. In particolare, l'esigenza si sentiva ancor più per le iniziative caratterizzate da elementi che nel complesso ne creavano un progetto innovativo, con una ricaduta significativa per il contesto entro il quale erano calate. Da questa prima esperienza è nato il "Premio per esperienze innovative di partnership sociali", finalizzato a incentivare la creazione di opportunità e strumenti per favorire le collaborazioni tra imprese e Organizzazioni di Volontariato/Enti di Terzo Settore. I criteri di valutazione dei progetti per l'assegnazione del Premio stabiliti nel 2004 non sono cambiati, eccetto l'aggiunta nel 2020 della rispondenza ad almeno uno tra gli obiettivi di Agenda 2030. I progetti sono stati e sono attualmente valutati sulla base di: efficacia e originalità, miglioramento degli aspetti sociali e ambientali, valore sociale dell'iniziativa nei confronti degli stakeholder, capacità di coinvolgere attori sociali diversi, trasferibilità e ripetibilità dell'iniziativa. Ci concentriamo ora su quest'ultima. La ripetibilità, o meglio, la replicabilità: un termine inteso in accezione positiva che significa, una volta misurata l'efficacia dei risultati rispetto al metodo, l'evoluzione in una buona prassi condivisa e trasferibile. La replicabilità è un elemento del progetto dalle mille sfaccettature: si può applicare alla partnership, all'iniziativa nel suo complesso, al territorio, al target, al tempo o all'argomento sociale. Replicabilità non significa perdita di originalità. Anzi, partire da una singola iniziativa progettuale e moltiplicarla attraverso un modello collettivo replicabile non fa altro che aumentare la ricaduta positiva sui territori e nei soggetti coinvolti. Tornando al Premio per Esperienze Innovative di Partnership Sociali, sono stati 206 i progetti dal 2004 al 2022. Duecentosei potenziali esempi da seguire, eccone alcuni di seguito.

RECUPERO ECCEDENZE ALIMENTARI FRESCHE

Realizzato dall'Associazione Banco Alimentare per la prima volta nel 2013 con Ansaldo (progetto tutt'ora in corso) e replicato nel 2018 con Costa Crociere Spa, il progetto prevede il recupero di eccedenze alimentari dalle navi della flotta Costa. Risulta innovativo sia il canale di approvvigionamento del cibo, sia la procedura messa in atto dal Banco, da Costa Crociere e dalle autorità competenti coinvolte. Il progetto rappresenta un unicum nel panorama marittimo e si distingue come blue print che disciplina le modalità di gestione dell'erogazione dei pasti (caratteristiche, conservazione e trasporto) e permette di realizzare lo sbarco, garantendo la sicurezza alimentare delle eccedenze donate. Nel corso degli anni il progetto di recupero di alimenti freschi è stato allargato anche all'azienda Leonardo (a Genova e La Spezia) e Fincantieri (a Genova Sestri, Riva Trigoso e La Spezia).

LA CAMBUSA

Realizzato nel 2015 dall'Associazione Borgo Solidale e Coop Liguria, nel 2022 ha visto anche la partecipazione di Cosme Spa ed è tutt'ora attivo; è un progetto di Social Market che offre un sostegno ai nuclei familiari risiedenti nel Municipio Lavante in difficoltà economica, attraverso un punto di raccolta e distribuzione di generi alimentari, prodotti per l'igiene personale e per la casa senza sostenere costi.

VICO ANGELI 21R: UN LUOGO DI RIUSO E DI LIBERTÀ CREATIVA

Realizzato nel 2014 dall'Associazione di Promozione Sociale Sc'Art APS e Amiu Spa, è un laboratorio di design creativo dove le donne detenute presso la Casa Circondariale di Genova Pontedecimo e le donne tornate libere realizzano borse, accessori di moda e complementi di arredo con il marchio "Creazioni al fresco", utilizzando gli striscioni pubblicitari dismessi e la tela degli ombrelli rotti. Il laboratorio è aperto al pubblico per gli acquisti dal lunedì al sabato.

Sul sito del Celivo viene pubblicata annualmente una raccolta sintetica dei progetti di partnership realizzati, con l'obbiettivo di diffonderli nonché di aumentare la co-progettazione e il lavoro sulle sinergie tra soggetti coinvolti e coinvolgibili, oltre a stimolare il lavoro di rete attraverso la valorizzazione delle connessioni tra i soggetti nel senso del confronto e dello scambio di informazioni.●

www.celivo.it

25 ANNI CELIVO Centro di servizio per il volontariato ODV
città metropolitana di Genova

CONFINDUSTRIA GENOVA

ANNO 2023

PREMIO PER ESPERIENZE INNOVATIVE DI PARTNERSHIP SOCIALI TRA IMPRESE E ORGANIZZAZIONI DI VOLONTARIATO E/O ENTI DEL TERZO SETTORE (ETS)

Celivo - Centro di servizio per il volontariato ODV della città metropolitana di Genova e Confindustria Genova hanno sottoscritto, il 30 ottobre 2003, un protocollo d'intesa per favorire lo sviluppo di partnership territoriali tra imprese e mondo del volontariato / terzo settore. Lo hanno rinnovato a marzo 2010 per consolidare ed implementare la loro collaborazione sui temi della responsabilità sociale, della solidarietà, dello sviluppo delle reti.

Nel 2023, per il diciannovesimo 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 tra il mondo profit dell'impresa e il mondo non profit del Volontariato e del Terzo Settore, realizzate o comunque già avviate nel corso del 2023, entro la data di scadenza del Premio.

È ammessa esclusivamente la partecipazione di imprese e Organizzazioni di volontariato (ODV) e/o Enti del Terzo Settore (ai sensi del D. Lgs.117/17), con sede nella città metropolitana di Genova.

La scheda di partecipazione e il testo del Premio sono reperibili sul sito del Celivo (www.celivo.it) e di Confindustria (www.confindustria.ge.it). La scheda di partecipazione dovrà essere sottoscritta dai legali rappresentanti degli enti proponenti, e dovrà pervenire esclusivamente in formato elettronico entro e non oltre le ore 12 di venerdì 13 ottobre 2023 all'indirizzo e-mail: celivo@celivo.it oppure pponta@confindustria.ge.it.■

LA VALUTAZIONE DEI PROGETTI PRESENTATI AVVERRÀ IN BASE AI SEGUENTI CRITERI E REQUISITI:

- Efficacia e originalità dell'iniziativa;
- Miglioramento degli aspetti sociali e ambientali, anche in relazione agli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU;
- Valore sociale dell'iniziativa nei confronti degli stakeholder;
- Capacità di coinvolgere attori sociali diversi;
- Trasferibilità e ripetibilità dell'iniziativa.

IL PREMIO SARÀ ASSEGNATO NEL CORSO DI UN'INIZIATIVA PUBBLICA.

Verrà assicurata in seguito massima visibilità a tutti i progetti partecipanti. Confindustria Genova assegnerà un premio in denaro pari a euro 1.000 all'Odv e/o ETS capofila che avrà presentato il progetto vincente.

Per ulteriori informazioni si prega di rivolgersi a:

CONFINDUSTRIA GENOVA

Sito internet: www.confindustria.ge.it
E-mail: pponta@confindustria.ge.it (Piera Ponta)
Facebook: Confindustria Genova
Linkedin: Confindustria Genova

CELIVO
CENTRO DI SERVIZIO PER IL VOLONTARIATO ODV

Sito Internet: www.celivo.it
E-mail: borgogno@celivo.it (Roberta Borgogno)
Facebook: Celivo - Centro Servizio Volontariato - Genova
Linkedin: Celivo - Centro Servizio Volontariato - Genova

N.B. Presso il Celivo le Odv e gli ETS possono ricevere informazioni e assistenza nella compilazione della domanda (scrivere a borgogno@celivo.it o chiamare il numero 010 5956815).

di Luca Sabatini

Luci e ombre
sul futuro
del Metaverso.

Mondi POSSIBILI

Il termine "Metaverso" viene coniato nel 1992 da Neal Stephenson, all'interno del romanzo Snow Crash. Il libro racconta di un'America popolata da fattorini che consegnano pizze per "CosaNostra Pizza" e da corrieri che volano sull'asfalto sopra i loro skateboard a ruote intelligenti. Parallelamente, esiste un mondo virtuale nel quale si viene rappresentati dal proprio avatar, nel quale si cammina liberamente tra bar, negozi e posti alla moda come il locale privato "Sole Nero".

Dal 1992 ai giorni nostri. Dopo decenni di silenzio "Metaverso" è divenuto, negli ultimi anni, una delle parole più usate e, forse, abusate. Spesso confuso con la versione del romanzo, o definito indefinitamente come il naturale sviluppo di internet, il termine è assurto e caduto in disgrazia con una sorprendente velocità, proprio per la sua incapacità di trasmettere un messaggio... o più probabilmente per la sua capacità di trasmetterne troppi e contraddittori.

Eppure, nonostante tutto il consistente dibattito, il metaverso è ancora soprattutto un concetto. Aziende come Roblox o anche la stessa Meta non hanno un numero sufficiente di utenti sulle proprie piattaforme, mentre altre sono addirittura alle fasi iniziali di realizzazione. E quindi, di fronte a un presente così difficile da decifrare, è possibile tracciare alcuni possibili scenari per il futuro? Proviamo a farlo in maniera semplice, prendendo in considerazione alcuni possibili sbocchi.

Iniziamo dal lavoro. Al giorno d'oggi sempre più persone lavorano da casa, ma il metaverso potrebbe rendere questo tipo di lavoro "in remoto" ancora più semplice ed efficiente. In un ambiente virtuale, le persone potrebbero incontrarsi e lavorare insieme, indipendentemente dalla loro posizione geografica e ciò produrrebbe un cambio radicale del modo in cui pensiamo al lavoro, con riflessi positivi sulla mobilità e sull'ambiente. Un'altra possibile applicazione potrebbe essere l'istruzione. Gli studenti potrebbero accedere a lezioni in ambienti virtuali interattivi, potendo così partecipare agli esperimenti, alle simulazioni e alle attività formative in maniera del tutto immersiva. Questa soluzione diventerebbe un'alternativa alla didattica tradizionale in aula e, parallelamente, sarebbe in grado di raggiungere un pubblico molto più ampio. Gli insegnanti potrebbero creare contenuti personalizzati per gli studenti e facilitare la comprensione dei concetti attraverso le lezioni in ambienti virtuali interattivi (si pensi all'antica Roma o alla struttura di una molecola).

Il metaverso potrebbe offrire anche molte opportunità per il business. Le aziende lo utilizzerebbero come una piattaforma di e-commerce, creando negozi virtuali in cui i clienti possono visitare e acquistare prodotti. Questi negozi virtuali (alcuni esempi esistono già come il Vans World su Roblox o il centro commerciale virtuale della start-up genovese ShopTheLook) sono in grado di raggiungere un pubblico globale in modo interattivo e creativo.

L'adozione delle tecnologie legate al metaverso, inoltre, potrebbe offrire opportunità anche nel business-to-business. Ad esempio, i produttori informerebbero i clienti su nuove parti per le macchine attraverso ambienti virtuali, consentendo loro di testarle e fornire feedback immediato a costi inferiori rispetto alle modalità tradizionali, oppure potrebbe essere utilizzato per costruire fabbriche virtuali al fine di testare la produzione in tempo reale. Le applicazioni nei nuovi modelli operativi arriverebbero a combinare aspetti fisici e digitali nei processi di produzione, catena di approvvigionamento e logistica, migliorando le performance complessive della filiera.

Ma non è tutto. Il metaverso potrebbe anche rappresentare un nuovo modo per viaggiare, attraverso il quale visitare ambienti virtuali che riproducono luoghi reali. Ad esempio, un utente potrebbe visitare la Torre Eiffel senza dover effettivamente viaggiare in Francia: un'opportunità per rendere i luoghi accessibili a tutti.

Infine, l'ambito medico. Molte organizzazioni sanitarie, università e aziende stanno già sfruttando il metaverso per l'addestramento e la formazione del personale. Questi programmi consentono ai medici di praticare procedure complesse in un ambiente virtuale, offrendo una formazione più accurata, con ricadute positive in termini di qualità dei trattamenti e di riduzione del numero di errori. Inoltre, il metaverso consente ai medici di accedere a dati sanitari pertinenti, favorendo così una pratica più informata ed efficace.

Nel futuro, l'utilizzo del metaverso potrebbe essere ancora più esteso. Si potrebbero realizzare simulazioni della malattia e testare i trattamenti in modo virtuale, analizzando le varie possibilità in modo rapido ed economico; oppure, attraverso la tecnologia XR (realtà estesa), i medici sarebbero in grado di "vedere" i dati dei pazienti e fare diagnosi sul campo, migliorando la qualità delle cure e riducendo i tempi di trattamento.

Tuttavia, ci sono non pochi rischi associati al metaverso. Ad esempio, le persone potrebbero essere vulnerabili a truffe, abusi e furti d'identità, oppure potrebbero essere diffuse informazioni errate in grado di avere riflessi sul mondo reale.

Ma ci sono anche preoccupazioni legate alla privacy, al trattamento e alla sicurezza delle informazioni. Non da meno, il metaverso potrebbe anche contribuire alla disumanizzazione delle relazioni umane, favorendo l'isolamento e il distacco dalla realtà.

In conclusione, il metaverso potrebbe avere un impatto significativo sulla vita delle persone in futuro, rivoluzionando il modo in cui pensiamo al lavoro, all'istruzione, alla socializzazione e alle relazioni umane. I potenziali vantaggi sono molti, ma ci sono anche molti lati potenzialmente negativi.

In definitiva, se le preoccupazioni verranno affrontate in modo adeguato, il metaverso potrebbe davvero diventare un luogo di libertà, creatività e innovazione integrato nella realtà.●

Luca Sabatini è PhD Università di Genova

di Pier Antonio Zannoni

Un premio UNICO

Ha preso il via la 38ª edizione del Premio Letterario Nazionale per la Donna Scrittrice, primo riconoscimento in Italia dedicato alla letteratura femminile. L'iniziativa, oltre ad annoverare nomi di prestigio e a scovare i migliori talenti esordienti, è un'occasione per attivare il dibattito su temi critici.

Immagine del Premio Letterario Nazionale per la Donna Scrittrice ACQUATINTA DI MARIABIANCA BARBERIS, per gentile concessione dell'autrice

Premio Letterario Nazionale per la Donna Scrittrice

SAVONA 2023 - 38ª EDIZIONE

CITTÀ DI SAVONA

Dopo un anno di sospensione, riprende il suo cammino il Premio Letterario Nazionale per la Donna Scrittrice, il primo riconoscimento, almeno in Italia, riservato esclusivamente alla letteratura femminile. La sosta, dopo 37 edizioni, si era resa necessaria in seguito alla rinuncia a proseguire il trentennale rapporto, manifestata dal Comune di Rapallo, storico sponsor dell'iniziativa, il 30 aprile 2022.
La 38ª edizione - 2023 - è promossa dal Comune di Savona, che ne ha affidato l'organizzazione al Teatro dell'Opera Giocosa ONLUS - Teatro di Tradizione.
In base al bando di concorso, pubblicato il 4 aprile, possono partecipare, entro il termine del 15 maggio, le autrici di opere di narrativa in lingua italiana che siano state pubblicate a partire dal 1° gennaio 2022.
La giuria tecnica, presieduta da Elvio Guagnini, professore emerito di lingua e letteratura italiana all'Università di Trieste, sceglierà entro il 24 giugno la terna finale e attribuirà direttamente il premio "opera prima" a una scrittrice esordiente e il premio "speciale della giuria" all'autrice di un'opera di particolare valore socio-culturale.
Il primo premio si conoscerà nel corso della cerimonia conclusiva, prevista il 16 luglio a Savona, a seguito della votazione congiunta sui tre libri finalisti a opera della stessa giuria tecnica e della giuria popolare. Quest'ultima sarà costituita da 20 lettori, la metà dei quali di età inferiore ai 30 anni.
Iniziato nel 1985, il premio ha avuto per molti anni, come presidenti della giuria, prima Carlo Bo e poi Leone Piccioni. Nel suo ricco albo d'oro figurano, tra gli altri, i nomi di Fernanda Pivano, Gina Lagorio e Dacia Maraini.
Il suo fiore all'occhiello è la "scoperta" di alcune giovani scrittrici destinate in seguito a grande popolarità come Susana Tamaro, Margaret Mazzantini e, più avanti, Simona Vinci. A ciò si aggiunga che nei primi anni di vita il premio aveva rilanciato un'autrice prestigiosa come Anna Maria Ortese, ingiustamente dimenticata in quel periodo, e che successivamente ha valorizzato il genio di un personaggio d'intensa ispirazione, ma fuori dagli schemi, come Alda Merini. Da non dimenticare, infine, i suoi richiami su alcuni problemi scottanti, come la violenza di genere, denunciata attraverso il libro di Serena Dandini "Ferite a morte", premio speciale della giuria e oggetto di un pubblico dibattito nel 2013.
Allo stato attuale, dopo la pausa, il premio per la donna scrittrice riparte da Savona guardando al futuro con rinnovata fiducia, nuove idee e immutato entusiasmo: sempre a sostegno delle donne impegnate in letteratura, che, nonostante gli evidenti progressi, non hanno ancora raggiunto il traguardo della piena parità con i colleghi uomini.

IN COLLABORAZIONE CON

BANCA PASSADORE & C.

ERG EVOLVING ENERGIES

CON IL SOSTEGNO DI

aitek

AON

ACQUARIO DI GENOVA VIVA, LA NATURA!

costa edutainment experience

Gruppo Spinelli LOGISTICS PROVIDER

1921 Ignazio Messina & C.

iren luce gas e servizi

PSA ITALY

SI RINGRAZIA

ABB

Acceleron

AGN ENERGIA

AMICO & CO

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

MONTALLEGRO

ULTRAFLEX GROUP

PARTNER ISTITUZIONALE

Camera di Commercio Genova

I CLUB TEMATICI SONO ORGANIZZATI CON IL CONTRIBUTO DI

SAAR depositi portuali s.p.a.

SIGE INGEGNERIA PER L'AMBIENTE E LA SICUREZZA SUL LAVORO

BPER: Banca

HI-LEX ITALY

MARCEVAGGI LOGISTICS GROUP

Marsh

OA SERVICE CENTRO FORMAZIONE PROFESSIONALE

UMANA

SAAR depositi portuali s.p.a.

Ameri Comunicazione

Dal 1931 al vostro servizio.

Tradizione e innovazione, esperienza e ricerca: SAAR depositi portuali è il partner ideale con quasi un secolo di storia nella logistica degli olii nel Mediterraneo.

SAAR, azienda di punta nel settore dello sbarco, deposito e movimentazione di oli vegetali, biodiesel e rinfuse liquide, occupa una posizione privilegiata nel Porto di Genova in testata di Ponte Paleocapa, con due banchine per l'ormeggio di navi cisterna fino a 190 metri di lunghezza.

Dispone di **120 serbatoi in acciaio** per un totale di circa **115.000 m³** di capacità di stoccaggio.

Dal 2013 SAAR dispone di impianti di lavorazione di oli vegetali.

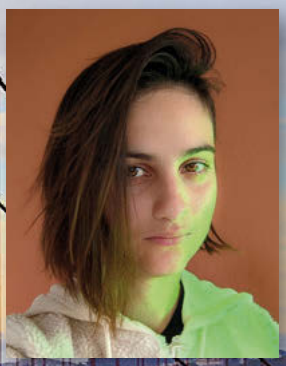
Dal 1998 certificazione del sistema di gestione qualità **UNI EN ISO 9001**, dal 2007 certificazione ambientale **UNI EN ISO 14001**, dal 2010 certificazione per la sicurezza **UNI ISO 45001**.

SAAR depositi portuali
Ponte Paleocapa, 16126 Genova – Italia | www.saardp.com

di Matilde Orlando

Ha spiccato il volo da Genova quando aveva 23 anni e ora, poco più che trentenne, Carola Pescio Canale è Design Manager di Dropbox a San Francisco. Appassionata e brillante, ha saputo cogliere le occasioni giuste al momento giusto.

Sliding doors



Carola Pescio Canale

La rubrica "Da Genova a..." dedica spazio alla visione di giovani che, dopo la formazione a Genova, hanno trovato in altre città italiane ed estere importanti spazi di crescita personale e professionale.

Quasi per caso, durante i tuoi studi universitari a Genova, sei venuta a conoscenza del "Silicon Valley Study Tour", che ti ha portata per la prima volta a San Francisco e, indirettamente, ti ha fatto riscoprire una tua innata passione. Ci racconti come è andata?
Ho sempre avuto una grande passione per la grafica, il design e le discipline creative, ma al momento di iscrivermi all'Università ho optato per una facoltà solida, che offrisse sbocchi lavorativi "sicuri" e di qualità, come quella di Economia, potendo comunque investire una buona dose della mia originalità e inventiva negli insegnamenti di marketing che fanno parte di questo corso di studi. Non sono stata una studentessa modello nel senso più tradizionale del termine, ma è proprio durante il mio percorso a Economia che ho saputo cogliere una prima, importante, opportunità: mi trovavo in università, era ormai tardo pomeriggio e stavo per andare a prendere il treno per tornare a casa, a Celle Ligure. Eppure, all'ultimo momento, ho deciso di fermarmi per ascoltare Paolo Marenco, referente del "Silicon Valley Study Tour", che presentava l'iniziativa che ogni anno seleziona gli studenti più brillanti e appassionanti per far loro visitare, nell'arco di due settimane, San Francisco e le aziende tech più all'avanguardia. Non ci ho pensato due volte: ho fatto richiesta e superato tutti i requisiti, e sono stata scelta, insieme a un collega, per fare questa esperienza. L'entità del progetto, tra l'altro, si è poi di molto ampliata: Confindustria Genova ci ha affidato un ulteriore incarico di 3 mesi durante i quali raccogliere informazioni e stabilire connessioni per possibili collaborazioni tra realtà della Silicon Valley e 5 PMI liguri. L'esperienza a San Francisco è stata per me una scoperta: mi sono trovata molto bene e mi sono sentita profondamente compresa: in America importa poco cosa si è studiato, quello che conta sono le proprie passioni e la voglia - e la capacità - di trasformarle in un lavoro. Ho capito che era il posto per me, e che volevo perseguire il "sogno americano". Nella tesi con cui mi sono laureata in Economia e Genova ho discusso proprio gli esiti delle esperienze di studio e ricerca fatte in Silicon Valley e, una volta conseguito il titolo, sono tornata a San Francisco per un ulteriore progetto trimestrale, ancora più approfondito e scalabile del precedente, commissionatomi di nuovo da Confindustria Genova. È stato in questo contesto che, partecipando a una conferenza, sono entrata in contatto con Giovanni Moravia, designer italiano proprietario di una piccola design agency con sede Oakland. Come per l'incontro con Paolo Marenco, anche questo è stato un altro momento "sliding doors". In quel periodo, per me, quello del design era un sogno un po' sopito e rimasto nel cassetto, ma l'incontro con lui ha risvegliato immediatamente questa passione. Giovanni, colpito, mi ha proposto di visitare i loro uffici per conoscere concretamente il lavoro del designer e, al contempo, per far vedere cosa sapevo fare. Ci siamo trovati reciprocamente molto bene, tanto che mi ha offerto un incarico di un anno e mezzo - poi esteso -, che mi assicurava anche di ottenere il visto per rimanere in America. È l'opportunità della vita, ho pensato, e ho accettato senza pensarci due volte. Con il senno di poi, forse sono stata addirittura ingenua e avventata, ma questa è la bellezza dell'essere giovani e appassionati, e l'esperienza che ne è seguita è stata davvero positiva: in Vertical - questo il nome della design agency di Giovanni Moravia - ho imparato a tutti gli effetti la professione, e per me è stata la svolta.

A questa prima "svolta" ne sono seguite altre, altrettanto importanti, sia sotto il profilo personale che lavorativo...
Sono stati anni intensissimi e, dal punto di vista personale, non posso non parlare del matrimonio con Paolo, ragazzo italoamericano cresciuto ad Albisola (che casualità!) con cui ci siamo conosciuti bene solo dopo esserci ritrovati in America, e che ora è anche il papà di mio figlio. A seguito del matrimonio ho potuto ottenere la Green Card e, di conseguenza, la possibilità di giocare "sullo stesso ring" della gente di qua, mettendomi alla prova e dimostrando a me stessa di potercela fare anche contro i migliori. Lavorativamente, mi sono spostata in TaskRabbit: qui ho imparato da dentro come funziona la realtà tech, lavorando come product designer non più per clienti esterni ma sul prodotto dell'azienda stessa. La mia crescita in TaskRabbit è stata molto verticale, e quando ho avuto l'impressione di aver "assorbito" tutti gli insegnamenti che potevo, mi sono chiesta: e ora da chi imparo? Proprio in quel periodo, insieme ad altri grandi player, mi ha contattata Dropbox, che aveva la fama di avere i migliori designer dell'area, per fare dei colloqui. Ho preso l'occasione al volo, ma al tempo stesso pensavo che non ce l'avrei fatta, e quindi ho affrontato il processo di selezione con un po' di leggerezza, quasi come fosse un gioco. Un po' incredula, ho superato il primo step... poi il secondo... poi il terzo. Insomma, Dropbox mi ha scelta! E a mia volta io ho scelto Dropbox che, rispetto alle altre aziende con cui stavo trattando, mi ha fatto la migliore offerta sotto diversi punti di vista, tra cui quello della remunerazione, che mi avrebbe permesso di prendere casa, metter su famiglia, costruire la mia vita a San Francisco.

Di cosa ti stai occupando in Dropbox?
Per i primi tre anni e mezzo, in Dropbox ho lavorato come Product Designer, occupandomi della progettazione di tutti i processi digitali che avvengono "dentro" e "intorno" alla piattaforma Dropbox. Mi piace paragonare il lavoro del Product Designer a quello di architetti e ingegneri che, nel progettare una palazzina, devono valutare come far stare in piedi tutti i piani, come far muovere le persone all'interno del palazzo ecc. Similmente, in Dropbox, studiamo le diverse tipologie di utenza e, per ciascuna, sviluppiamo percorsi, notifiche, pop up e quant'altro per migliorare la loro esperienza sulla piattaforma e massimizzarne l'uso, fino a convertirli in utenti fidelizzati e paganti. Successivamente - ormai da circa un anno e mezzo - in Dropbox sono passata a gestire un team di quattro persone. Come Manager, ho il ruolo strategico di definire le metriche e coordinare le attività dei designer che lavorano nella mia squadra: questo mi permette di avere un impatto molto più ampio con il mio lavoro, è come se avessi otto mani invece che due. E le soddisfazioni davvero non mancano.●

Gianluigi Viscardi

Codificare la conoscenza

Le tecnologie digitali consentono di gestire il know-how aziendale in modo che sia accessibile a tutti, accrescendo il valoro dell'azienda stessa.

Gianluigi Viscardi è fondatore e presidente di Cosberg, azienda nata nel 1982 a Terno d'Isola (Bergamo) e attiva nel settore della meccatronica e dell'automazione. Viscardi è Presidente del Cluster Fabbrica Intelligente per il biennio 2022-2024 ed è coordinatore presso Confindustria della rete nazionale dei Digital Innovation Hub. Secondo Viscardi, molti piccoli imprenditori non hanno ancora compreso appieno le opportunità offerte da Industria 4.0: una "rivoluzione" che è, prima di tutto, culturale e organizzativa. In Cosberg, è cominciata oltre vent'anni fa.

Conoscere, orientarsi e adottare tecnologie innovative: questi sono le pietre miliari del percorso di digitalizzazione delle imprese. Presidente, a che punto siamo, a ormai otto anni dalle prime misure a sostegno dell'introduzione di tecnologie abilitanti Industria 4.0?
Oggi possiamo affermare che molte aziende hanno intrapreso un percorso di digitalizzazione e hanno già ottenuto dei buoni risultati. La situazione che abbiamo fotografato in questi ultimi anni grazie all'azione del DIH Lombardia ci illustra scenari diversi a seconda delle diverse realtà: per dimensione (le grandi imprese sono mediamente più mature delle PMI); per settore (le aziende della meccatronica e dell'automotive sono più avanti di quelle del comparto alimentare e dell'edilizia); per processo aziendale coinvolto (ricerca e sviluppo, produzione e qualità più digitali rispetto a manutenzione, marketing e risorse umane). Il percorso di digitalizzazione è complesso e lungo: non basta un progetto isolato per cambiare e, soprattutto, il cambiamento coinvolge aspetti culturali e organizzativi che vanno affrontati insieme a quelli tecnologici ed economici. Secondo la mia esperienza preparare l'azienda alla digitalizzazione significa che tutto il know-how e la conoscenza dell'azienda devono essere codificati e tutti i processi devono essere standardizzati; allo stesso modo devono essere codificati gli imprevisti e standardizzate le relative soluzioni. E poi, prima di introdurre strumenti digitali nei processi, è fondamentale fare dei test con strumenti più rudimentali, per capire se i processi "reggono", se funzionano in modo fluido e non ci sono dei "buchi" e delle inefficienze. Per me, studiare la

richiesta del cliente, capire il problema da risolvere, valutare il possibile utilizzo delle tecnologie più innovative disponibili sul mercato, comprese quelle digitali, è il lavoro più bello che c'è. Ma è importante farlo tenendo sempre i piedi per terra, senza mai prescindere dal contesto produttivo nel quale la macchina che costruiremo sarà inserita e dalle competenze tecniche di chi dovrà utilizzarla: perché la nostra macchina dovrà risolvere il problema al cliente, non creargliene altri. E così deve essere anche per la digitalizzazione.

PMI e crescita: quali i vantaggi della open innovation?
Ogni strategia di crescita si basa sull'innovazione: sono convinto che questo valga non solo per le grandi imprese ma anche per le PMI, per le quali esiste un vero ecosistema dell'innovazione di cui devono approfittare, e per le filiere. Tuttavia, l'innovazione da sola non basta: perché soprattutto alcune PMI non sono strutturate per fare innovazione da sole, sia per le dimensioni che per le competenze necessarie: serve la condivisone e la collaborazione, ovvero la open innovation. Un aspetto strategico fondamentale per le PMI è ragionare in termini di filiera: quale è la loro filiera produttiva di appartenenza? Come possono essere trainate dalla propria filiera per fare innovazione? Qual è il valore che possono portare all'interno della propria filiera? La conoscenza va diffusa e distribuita, attraverso la contaminazione: è fondamentale che l'innovazione entri in un sistema condiviso perché solo tramite la condivisione dell'innovazione si raggiungono benefici maggiori con costi ridotti. La distribuzione della conoscenza esistente è il principale input per la creazione di nuova conoscenza. Spesso in alcuni settori ci sono soluzioni già mature magari non note in altri settori. Pertanto è fondamentale che gli imprenditori interagiscano tra loro così da permettere un trasferimento di conoscenza tale da far crescere il valore dell'azienda. A questa conclusione io sono arrivato una ventina di anni fa, quando ho cominciato a frequentare Confindustria: qui ho capito l'importanza di condividere la propria esperienza con altri imprenditori e di rapportarsi con l'Università e i centri di ricerca e di trasferimento tecnologico, senza temere di essere troppo "piccoli" per farlo. George Bernard Show ha detto: "se tu hai una mela e io ho una mela, e ce le scambiamo, avremo sempre una mela ciascuno; ma se tu hai un'idea e io ho un'idea, e ce le scambiamo, allora avremo due idee ciascuno". Con questa convinzione ho promosso la costituzione di un consorzio, Intellimech, che oggi raggruppa 45 imprese di ogni dimensione, all'interno del quale ci si confronta frequentemente sulle rispettive attività di ricerca e sviluppo e si realizzano anche progetti condivisi.

Qual è, nella sua esperienza, l'impatto della digitalizzazione sull'organizzazione aziendale e sul capitale umano?
Spesso si parla di manifattura sostenibile, di impianti sostenibili. Ma dobbiamo capirci. Perché la sostenibilità non è solo ambientale o economica, come è giusto che sia, ma è anche di un altro tipo. La tecnologia stessa è sostenibile quando, all'interno di una fabbrica o su un impianto, rende più semplice i processi o la gestione dell'impianto stesso. Questa è la strada vera per costruire fabbriche o macchine al servizio dell'uomo. Il vero valore di una azienda non sono gli immobili ma è il patrimonio di esperienze e di conoscenze, di know-how generato dal suo capitale umano, ovvero "gli intangibili". Partendo da questo presupposto è possibile capire come accrescere il valore di un'azienda introducendo strumenti digitali per la gestione della conoscenza. Tali strumenti hanno lo scopo di rendere la conoscenza di ogni singolo collaboratore disponibile a tutti, usufruibile, divulgabile e di proprietà dell'azienda, e quindi di valorizzarla al meglio. Questo è possibile quando la conoscenza viene prima codificata e poi archiviata, per essere facilmente reperibile e interpretabile da chiunque in azienda. In Cosberg abbiamo cominciato a impostare la codificazione della conoscenza una ventina di anni fa, con una specie di "rivoluzione" che riguardò progettisti e operai: grazie all'introduzione di tecnologie digitali sostenibili, i progetti sviluppati dai "camici bianchi" potevano essere trasferiti con facilità ai "camici blu" in officina, i quali, pur non essendo esperti di CAD, d'ora in avanti sarebbero stati in grado di gestirli senza essere istruiti e seguiti passo passo dai progettisti. Oggi i nostri progettisti lavorano su programmi estremamente semplificati - mi piace ricordare che alcune operazioni di CAD che prima richiedevano parecchi passaggi (e dei ripetitivi "click" di conferma), oggi, grazie a rilevanti investimenti, si fanno con pochi passaggi e in gran parte automatizzati - e questo facilita anche la formazione in caso di avvicendamento di personale. Le tecnologie digitali permettono infatti di dare continuità all'azienda, indipendentemente dal contributo dei singoli collaboratori, accrescendo il valore dell'azienda in sé. Questo non significa non dare importanza ai collaboratori, che sono un patrimonio imprescindibile per l'azienda, in quanto generano idee e conoscenza, tuttavia le imprese non possono essere vulnerabili di fronte a un vuoto di know-how per le dimissioni di un collaboratore. Tra l'altro, negli ultimi anni il bisogno di personale tecnico, con diploma di scuola superiore, ITS o laurea, è aumentato e si prevede possa aumentare ulteriormente. Questa distanza tra domanda e offerta è dovuta, da un lato, al ritorno della domanda di attrezzature e impianti alla situazione pre-Covid e, dall'altro, alla ridotta capacità del sistema formativo di preparare tecnici, nonché alla scarsa attrazione che il lavoro in fabbrica (specie nelle PMI) ha sui giovani; ne consegue la crescente difficoltà delle aziende di rispondere in tempi brevi e certi agli ordini dei clienti e di assicurare i servizi, dalla messa in produzione alla manutenzione; in previsione, la mancanza di "nuove leve" non renderà più possibile la trasmissione del sapere tecnico specializzato e della cultura industriale, alla base della sostenibilità, nel tempo, del sistema di PMI del nostro territorio. Bisogna far capire ai giovani, durante il loro percorso di orientamento scolastico, che la manifattura non è più quella di una volta - dove gli ambienti erano magari sporchi e rumorosi - che si ha a che fare con dati, computer e informazioni complesse più che con cacciavite e martello. Il dialogo con i ragazzi è importantissimo. Se io sono arrivato fino a qui è perché qualcuno mi ha dato l'opportunità di far emergere il talento che era in me. Adesso è il mio turno: in azienda i giovani sono i benvenuti, e io trascorro volentieri del tempo con loro, per condividere la mia esperienza, ascoltarli e comprenderne le potenzialità. (P.P.)

di Giuseppe Michele Giacomini

EPPO EUROPEAN PUBLIC PROSECUTOR'S OFFICE

Procura EUROPEA

La European Public Prosecutor's Office (EPPO) è la nuova Istituzione UE con competenze esclusive per gli illeciti in materia di reati lesivi degli interessi finanziari dell'Unione.

Dopo la crisi finanziaria del 2008, e molto più di essa, il 2020 e il trauma determinato dalla pandemia e, nel 2021, dalla guerra di aggressione scatenata nel cuore dell'Europa hanno fatto emergere la assoluta necessità di dare risposte proporzionate al nuovo mondo che il 1989 e la caduta del muro di Berlino già annunciava. Non era la "Fine della storia" predetta da Francis Fukuyama, era semplicemente una nuova storia che nessun Paese europeo poteva affrontare in solitudine.

Il fronte interno dell'UE non solo deve essere coeso e intransigente sui principi fondamentali, i cosiddetti valori, che rappresentano il fondamento e la ragione evolutiva dei Trattati istitutivi, da Roma a Lisbona, ma la sua proposta e primato debbono essere concretamente desiderabili per le pubbliche opinioni interne ed esterne. Soprattutto in quelle parti del mondo dove il consenso democratico conta e si esprime nel nome di ciò che affermiamo essere la base fondante del sistema: lo Stato di diritto.

L'Europa, tra stop and go, pare aver preso coscienza della realtà. Essa non è solo tedesca, è anche (almeno) francese e italiana o non è. Il Trattato del Quirinale tra Italia e Francia, di recente firma, ha un respiro strategico oggi superiore al Trattato dell'Eliseo, che Germania Ovest e Francia firmarono nel gennaio 1963 a Parigi ed al suo rinnovo ad Aquisgrana nel gennaio 2019 con focus sui temi della difesa europea. Qui si gioca il ruolo dell'Italia.

I valori comuni europei si incarnano e si declinano attraverso la Rule of Law e la tutela intransigente dei diritti universali delle persone e la loro consapevolezza di vivere in un sistema che crea obblighi proporzionati al "profitto sociale" che genera.

Ebbene, questo e altro, ben lontani dall'essere astrazioni, trovano concretezza nelle legislazioni funzionali a rendere i principi tendenzialmente attuabili.

In Europa ciò significa parlare di regole bancarie, finanziarie, fiscali e sociali. Di tutela della concorrenza leale e del-

l'antitrust, del piano "Next Generation EU" varato dalla Commissione sui presupposti della riconversione ambientale e digitale. Di autonomia energetica ed alimentare. Di politica estera e di difesa comune. In breve, di fiducia tra i Paesi membri basata sulla legalità e sulla trasparenza nell'applicazione delle regole comuni. Fiducia reciproca senza la quale non è agevole discutere seriamente di debito comune europeo.
La Procura Europea è uno dei pilastri di questa svolta storica ed è chiamata a vigilare su di essa. In questa fase era forse il passaggio più difficile e importante.
Gli Stati, non a torto, considerano la moneta e la giurisdizione penale tra i fondamenti della loro sovranità e non tutti hanno ancora capito che ogni rinuncia nazionale in questi ambiti non coincide affatto con una cessione ma rappresenta un trasferimento utile.
Ci sono infatti ambiti in cui la sovranità nazionale è una pura illusione. Indifendibile al livello di un singolo Paese. Chi può pensare che la Lira reggerebbe un confronto col Dollaro o lo Renmimbi? Neppure il Marco tedesco potrebbe competere in mare aperto.
Immigrazione, pandemia e guerra hanno dato la misura a molte cose e alla dimensione e modi nei quali si può sperare di governarle. Così pure al contrasto alla grande criminalità economica, e non solo, mal si addice la logica local. Il chilometro zero non è utile per questo genere di questioni quando gli avversari giocano in un girone superiore. Salvo che un singolo Paese europeo non sia di "nicchia" (non è il caso dell'Italia e dei principali Paesi europei) o non pensi di avere ancora (illudendosi) un respiro imperiale. Non è una sovranità ceduta, è una sovranità trasferita a un livello istituzionale sopranazionale di cui siamo parte, idoneo a difenderla davvero.
Ebbene, nei due settori ipersensibili accennati, la moneta unica, pur difficilissima da accettare e attuare, è arrivata per 19 Paesi molto prima della Procura Europea che ne coinvolge 22 secondo la procedura della "cooperazione rafforzata" prevista dagli art. 20 del Trattato UE (TUE) e dal Titolo III del Trattato sul Funzionamento dell'UE (TFUE). Dal 2001 al 2021 sono passati 20 anni e anche questo dice molto su cosa essa rappresenti in termini politico-culturali.
Il dogma della sovranità nazionale penale era più difficile da superare rispetto alla stessa sovranità monetaria. Sono dunque molti decenni che anche la "riserva" del diritto penale si è aperta con gradualità ininterrotta alla "Quiet Revolution" del diritto europeo sugli ordinamenti e le culture nazionali degli Stati membri di cui scrive l'Università di Princeton e molta strada è stata fatta, soprattutto dopo i Trattati di Lisbona, in materia di cooperazione giudiziaria penale.
La Procura europea, che l'atto istitutivo (Regolamento UE 1939/2017), all'art.3, definisce "organo dell'Unione" dotato di "personalità giuridica" ne rappresenta l'ultimo, fondamentale passaggio strategico.
L'EPPO (European Public Prosecutor's Office) può ritenersi la prima Istituzione costituita ex novo a partire dai Trattati, che all'origine prevedono il Parlamento, il Consiglio europeo e il Consiglio, la Commissione, la Corte di giustizia, la BCE e la Corte dei Conti. Ma ciò che più la caratterizza è il fatto che essa entra in modo diretto nella sfera penale nazionale, estrema frontiera della sovranità domestica. Neppure la Corte di Giustizia, prima e fino a ieri unica Istituzione giudiziaria europea, ha funzioni così direttamente penetranti negli ordinamenti nazionali sui quali essa interviene in modo straordinariamente efficace ma pur sempre indiretto attraverso l'interpretazione del diritto europeo richiesta dai Giudici nazionali.
La Procura Europea, infatti, è titolare dell'azione penale promossa e direttamente esercitata nel territorio degli Stati aderenti per il rilevantissimo "set" di reati previsti dalla Direttiva UE 1371/2017; sia pure attraverso i Procuratori europei delegati (PED), indicati su base nazionale, ma da lei esclusivamente "dipendenti", che negli atti di indagine in ambito EPPO si atterranno comunque alle regole processuali dell'ordinamento locale. La Procura Europea è una Istituzione strutturalmente indipendente, non accetta intromissioni esterne, agisce solo nell'interesse dell'Unione ed i suoi Procuratori, centrali e delegati, sono svincolati dalle Procure nazionali per le funzioni svolte in ambito EPPO.
Alla chiusura delle indagini, salvi i casi di archiviazione, nell'ipotesi di rinvio a giudizio, su proposta del Procuratore europeo delegato e con decisione della Camera permanente cui è affidata la supervisione del caso, essa eserciterà quindi l'azione penale davanti alla giurisdizione degli Stati aderenti secondo i criteri di competenza territoriale che il Regolamento prevede.
Quanto al coordinamento con le autorità nazionali, il Regolamento dispone che se l'EPPO decide di esercitare la sua competenza ("avocazione" del caso), le autorità nazionali competenti non esercitano tale competenza in relazione alla stessa condotta criminosa. Nell'ipotesi in cui la competenza venga esercitata dalla Procura Europea, le autorità nazionali trasferiscono pertanto il fascicolo all'z e si astengono da ulteriori atti d'indagine in relazione allo stesso reato. Se, al contrario, l'EPPO declina la propria competenza, la Camera permanente di riferimento decide di rinviare il caso senza ritardo alle autorità nazionali competenti. Infine, se l'autorità nazionale decide di avviare un'indagine e l'EPPO declina la sua competenza, quest'ultimo trasferisce il fascicolo a detta autorità nazionale, si astiene dall'adottare ulteriori misure d'indagine o inerenti all'azione penale e chiude il caso al livello europeo.
L'istituzione della Procura Europea si è perfezionata dopo anni di negoziato conclusi grazie al metodo della "cooperazione rafforzata" prevista in via generale dall'art. 20 TUE e artt. 326/334 TFUE e adottata nel caso di specie poiché la proposta della Commissione di istituire una Procura Europea per l'intera Unione non trovava l'unanimità del Consiglio europeo e ne restava paralizzata. La cooperazione rafforzata, in sintesi, consiste in un percorso legislativo che permette ad almeno nove Stati membri di instaurare tra loro una cooperazione in un determinato ambito interno alla struttura dell'Unione, senza il necessario coinvolgimento degli Stati che non intendano aderirvi. In questa premessa resta il fatto che l'EPPO vede oggi la partecipazione di 22 dei 27 Stati dell'Unione tra i quali (oltre all'Italia) Austria, Belgio, Bulgaria, Cipro, Croazia, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Malta, Paesi Bassi, Portogallo, Repubblica Ceca, Romania, Slovacchia, Slovenia e Spagna. È prevista la possibilità

di estendere la cooperazione a ulteriori adesioni, che potranno intervenire strada facendo senza che vengano (ri)messi in discussione i presupposti (l'acquis) che regolano questa Istituzione. La Procura Europea esercita i propri poteri nel perseguire gli illeciti individuati dalla Direttiva UE 1371/2017 e qualsiasi altro reato "indissolubilmente connesso", tema tecnico assai delicato unitamente a quello di reato "strumentale" e "accessorio", in danno degli interessi finanziari dell'Unione, facendo fronte al loro carattere transfrontaliero rispetto al quale le Procure nazionali non hanno poteri di intervento proporzionati alla dimensione criminale che ne è all'origine.
Quanto alle condotte criminose su cui tali poteri si esercitano è bene ricordare che sono considerate frodi e reati rilevanti ai sensi della Direttiva: le condotte fraudolente ai danni del bilancio dell'Unione, comprese le operazioni finanziarie quali l'assunzione e l'erogazione di prestiti (oltre ai reati indissolubilmente connessi). Ovviamente i Fondi del PNRR sono compresi; i reati gravi contro il sistema comune dell'IVA (come frodi carosello, frodi commesse nell'ambito di operazioni criminali ecc.), compiuti in due o più Stati membri e il cui danno complessivo sia almeno pari a 10 milioni di euro (oltre ai reati indissolubilmente connessi); le condotte di appropriazione indebita di "funzionari pubblici", dell'Unione e nazionali (come definiti dall'art.4.4) nonché di corruzione attiva e passiva "se intenzionali", le condotte di riciclaggio di denaro riguardante beni provenienti dai reati di cui alla Direttiva; l'art.5 dispone in materia di punibilità dell'istigazione, favoreggiamento, concorso e tentativo; l'art.6 in materia di responsabilità delle persone giuridiche; l'EPPO, inoltre, secondo l'art. 22.2 del Regolamento, è competente anche "per i reati relativi alla partecipazione a un'organizzazione criminale definiti nella decisione quadro 2008/841 GAI, quale attuata dal diritto nazionale, se l'attività criminosa di tale organizzazione criminale è incentrata sulla commissione di uno dei reati di cui al par. 1" (quelli di cui alla Direttiva UE 1371/2017).
Sono esclusi i reati in materia di imposte dirette nazionali, anche se "indissolubilmente connessi".
La Procura Europea, nelle sfere a lei attribuite, non solo opererà di concerto con le autorità di contrasto nazionali, ma si manterrà in stretto contatto con altri organismi sovranazionali preesistenti e ottimamente collaudati quali Eurojust, Europol e OLAF (il cui Reg. UE 883/2013 è stato recentemente modificato dal Reg. UE 2223/2020 proprio per quanto attiene la cooperazione con EPPO in assoluta indipendenza dalla Commissione UE). Eurojust, soprattutto, può ritenersi all'origine della Procura Europea e suo naturale complemento così come lo stesso art. 86 TFUE espressamente prevede.
L'EPPO è strutturato su due livelli. Il primo, centralizzato in Lussemburgo, definibile come livello strategico di decisione e coordinamento, è composto dal Procuratore Capo e dal Collegio di Procuratori europei (uno per Stato aderente), deputati a definire e gestire gli obiettivi dell'organo, nonché, sempre a livello centralizzato, da Camere permanenti (3 membri) con funzione di monitoraggio, indirizzo e supervisione delle singole indagini in atto. Il secondo livello, decentrato, di carattere operativo, è composto dai Procuratori europei delegati nei singoli Stati (per l'Italia sono 20 distribuiti su nove sedi) al compimento delle indagini e quindi all'esercizio "sul campo" dell'azione penale. I Procuratori europei delegati sono pertanto tratti dalle Magistrature nazionali e agiscono nei singoli Stati di appartenenza collaborando con le autorità giurisdizionali degli stessi (www.eppo.europa.eu/en/members).
Insediato il 28 settembre 2020, l'EPPO annovera tra i membri del Collegio il Procuratore italiano Danilo Ceccarelli, che è stato designato quale Vice Procuratore Capo. La struttura centrale amministrativa dell'EPPO è pronta, il budget approvato e le "Internal Rules of Procedure" adottate dal Collegio in Lussemburgo il 12/10/2020 e aggiornate recentemente. Dal 1° giugno 2021 EPPO è pienamente operativo e il Rapporto 2022 sulla sua attività ci segnala che sono attive 1117 indagini con danni stimati per 14,1 miliardi di Euro.
Grazie a questa struttura decentrata la Procura Europea può accedere direttamente a competenze nazionali indispensabili, come la profonda conoscenza del sistema giudiziario e della lingua nazionale, del sistema di iniziativa penale e delle procedure locali di svolgimento degli atti di indagine, di ricerca ed acquisizione della prova, di misure cautelari reali e personali ecc.
Sull'attualità e rilevanza strategica dell'EPPO, come ricordato dal Ministro di Giustizia al Plenum CSM il 23/3/2021, basti pensare al fatto che le frodi, purtroppo prevedibili, nella ricezione e uso dei fondi europei connessi al Recovery e al PNRR rientrano per definizione nelle sue competenze. È fondamentale che il mondo dell'economia ne sia consapevole.
E in questo ambito si impone il ritorno ai profili culturali e politici che il diritto europeo è chiamato a promuovere nei cittadini soggetti alla sua giurisdizione, fonte di diritti unici al mondo per il loro standard ma anche di stringenti doveri imposti da una reciproca "fiducia vigilante" che deve essere garantita non solo dal quadro giuridico uniforme, ma anche da comportamenti conseguenti che assicurino il rispetto dei valori fondativi e delle risorse economiche comuni rese disponibili.
È una occasione straordinaria per i Giudici, i PM e soprattutto per gli Avvocati operativi nella materia penale per dare vita a un linguaggio europeo comune in questo sensibilissimo settore e per aggiornare profondamente le loro competenze e i loro modelli organizzativi (il nostro Studio, per soddisfare queste nuove esigenze, ha dato vita alla Partnership "OAK Professional Services" e al Network europeo "Defence First", strutturato con primari Studi legali presenti nei principali Paesi aderenti e specializzati in diritto penale dell'economia ed europeo).
L'EPPO, in questi anni decisivi, è dunque onerato di una grande responsabilità, non solo tecnico giuridica, verso le pubbliche opinioni cui dovrà saper comunicare e garantire concretamente il rispetto della cultura della legalità europea nell'utilizzo delle ingenti risorse rese disponibili e del debito comune che ne potrà incrementare durevolmente l'ammontare a servizio della strategia di crescita e ammodernamento che gli Stati membri intendono condividere. Specie i 22 Paesi che vi hanno aderito.●

Giuseppe Michele Giacomini è Avvocato
esperto in Diritto dell'UE e Diritto penale dell'economia

F.LLI RAZETO & CASARETO
F.LLI R&C
SORI.1920
JUST
A HANDLE?
RAZETOCASARETO.COM

di Francesco Caruso

Strategie, accorgimenti ed esempi concreti per l'espansione del business su nuovi mercati.

Scouting step by step

Siamo nel bel mezzo di una vera e propria rivoluzione commerciale, dove l'espansione all'estero è diventata la nuova frontiera per molte aziende italiane. Ma sappiamo tutti che il mercato globale è come una giungla, e trovare il proprio posto al sole può essere un'impresa ardua per le PMI.

Offrire prodotti di alta qualità è solo la base per avere successo. Per emergere, occorre una strategia vincente, in grado di comunicare i valori dell'azienda e di promuovere i propri prodotti o servizi in modo efficace. Il marketing è l'arma "segreta" disposizione delle imprese: aiuta a comprendere le esigenze dei clienti, differenziarsi dai concorrenti, raggiungere nuovi clienti e consolidare la propria presenza sui mercati internazionali.

Il primo step fondamentale per costruire una strategia di internazionalizzazione efficace e strutturare una strategia di marketing solida è la ricerca di mercato. Innanzitutto, è fondamentale comprendere il pubblico target, ovvero il gruppo di consumatori che si intende raggiungere, e studiare i gusti e le preferenze locali, che possono variare notevolmente in base alla cultura, alla tradizione e alla geografia. Conoscere le abitudini dei consumatori locali consente di individuare eventuali punti di forza e di debolezza del nostro prodotto/servizio, di adottare il giusto pricing, di studiare la concorrenza e di adattare in anticipo la propria offerta aumentando le possibilità di successo.

Ad esempio, nel caso di prodotti di cosmesi per il mercato cinese, potrebbe essere necessario adattare la formulazione

per rispettare le preferenze locali, come l'uso di ingredienti naturali o l'evitare determinati allergeni. Infine, è importante considerare anche il colore del packaging, i costi e la concorrenza, per garantire un prezzo competitivo e un posizionamento adeguato nel mercato.
Dopo aver effettuato un'analisi di mercato approfondita, è importante non solo adattare il prodotto o servizio alle esigenze specifiche del mercato target, ma andare ad adeguare anche il messaggio pubblicitario. Questo implica l'utilizzo di linguaggio e mezzi di comunicazione appropriati per il pubblico target. Ad esempio, se volessi vendere nel mercato coreano andrei a utilizzare toni rispettosi e formali, evitando l'utilizzo di parole o immagini che possano essere considerate offensive o volgari. Inoltre, selezionerei canali di comunicazione popolari tra i consumatori coreani, come Kakao Talk. Infine, sceglierei colori e simboli che siano considerati positivi nella cultura locale, come il colore rosso che rappresenta la fortuna e il numero 8 che simboleggia la prosperità.
Dopo aver definito il mix di prodotto, prezzo, promozione e posizionamento, è il momento di scegliere i canali distributivi adeguati, passaggio cruciale per garantire il successo dell'attività di export. La scelta dei canali distributivi deve essere guidata da un'attenta valutazione delle caratteristiche del mercato, della concorrenza e delle preferenze dei consumatori. Ad esempio, se il pubblico target è costituito da consumatori che preferiscono fare acquisti online, è opportuno utilizzare canali di distribuzione online come e-commerce o marketplace. Se invece il pubblico target è composto da consumatori che preferiscono acquistare presso negozi fisici, occorre scegliere canali di distribuzione offline come i rivenditori.
Nella creazione di una strategia di export, un aspetto fondamentale è anche la costruzione di un database di contatti qualificati. Questo può essere ottenuto attraverso diverse tecniche di acquisizione, come l'utilizzo di strumenti di marketing automation, campagne ADS mirate, la generazione di contatti dal sito web aziendale e la profilazione di un database estrapolato da banche dati affidabili.
La generazione di contatti dal sito web aziendale rappresenta una tecnica molto efficace per l'acquisizione di lead qualificati. Grazie all'implementazione di form di contatto e di landing page specifiche, è possibile ottenere informazioni preziose sui potenziali clienti interessati ai prodotti o servizi offerti dall'azienda. È importante anche garantire un'esperienza di navigazione ottimale sul sito, in modo da favorire la conversione degli utenti in contatti qualificati.
Le campagne ADS, grazie alla possibilità di targeting avanzato, permettono di raggiungere in modo mirato i potenziali clienti interessati ai prodotti o servizi offerti dall'azienda. Ma è fondamentale creare annunci pubblicitari accattivanti e pertinenti, che rispondano alle esigenze e alle aspettative del pubblico target. Ed è importante definire un budget adeguato e monitorare costantemente i risultati delle campagne, al fine di ottimizzare i costi e massimizzare il ROI.
Altra opportunità da non sottovalutare è la generazione di contatti dai social network grazie alla pubblicazione di contenuti di valore che attirino l'attenzione dei potenziali clienti e creino un rapporto di fiducia e di trasparenza.
Infine, la profilazione di un database estrapolato da banche dati affidabili rappresenta un'opportunità interessante per acquisire contatti qualificati. Grazie alla possibilità di definire in modo preciso il pubblico target, è possibile raggiungere potenziali clienti interessati ai prodotti o servizi offerti dall'azienda. È fondamentale affidarsi a fornitori affidabili e selezionare i contatti in base a criteri di pertinenza e di qualità. In conclusione, l'internazionalizzazione rappresenta un'opportunità importante per le PMI italiane che vogliono espandere il proprio mercato e aumentare la propria competitività a livello globale. Tuttavia, questo processo può essere complesso e richiedere competenze specifiche, una buona conoscenza dei mercati di destinazione e un supporto adeguato per essere affrontato con successo.
In questo contesto, Mallei si propone come partner ideale per le PMI italiane che desiderano intraprendere l'internazionalizzazione. Grazie all'esperienza e competenza del suo team, l'azienda offre una gamma completa di servizi, sia digitali che tradizionali, che possono essere personalizzati per soddisfare le esigenze specifiche di ciascuna azienda.
Inoltre, la specializzazione di Mallei nei paesi del Far East e Middle East rappresenta un valore aggiunto per le PMI italiane che desiderano espandere il proprio mercato in queste regioni, garantendo loro un supporto completo e professionale per raggiungere gli obiettivi di espansione globale.

mallei
BUSINESS GROWTH BOOST

Mallei è il partner ideale per le aziende che vogliono crescere sui mercati internazionali, offrendo soluzioni personalizzate e monitorabili grazie al suo team di esperti. L'ufficio sales e quello marketing collaborano per lo sviluppo commerciale dei propri clienti, offrendo servizi di lead generation a livello internazionale e utilizzando tecnologie innovative per individuare, profilare ed estrapolare i clienti di riferimento. Una volta ottenuta la profilazione, Mallei si avvale di professionisti con le competenze linguistiche e commerciali necessarie per contattare le aziende individuate, seguendo gli usi, i costumi, i metodi di contatto e le piattaforme preferiti nel Paese di riferimento e raggiungendo facilmente il tavolo della trattativa.
Mallei è specializzata nella creazione di funnel che accorcino la pipeline per lo sviluppo commerciale e nella comunicazione digitale su canali occidentali ed extraeuropei, con una particolare attenzione all'Asia. Offre inoltre servizi di gestione dei profili su LinkedIn con l'obiettivo di sfruttare il personal branding per la lead generation B2B e aiuta le aziende a individuare le opportunità e i contributi pubblici disponibili per la loro crescita.
In sintesi, Mallei offre una vasta gamma di servizi per aiutare le aziende a crescere sui mercati internazionali, utilizzando tecnologie innovative e il know-how dei suoi esperti. Se stai cercando un partner strategico per lo sviluppo commerciale della tua azienda, Mallei è la soluzione giusta per te.

di Andrea Fornasiero

Un brand tutto italiano, un approccio coinvolgente dalla comprovata efficacia, un'offerta didattica completa e personalizzabile: da oltre un decennio My English School è sinonimo di alta qualità nella formazione in lingua inglese per studenti "private" e "corporate". Lo testimonia la grande espansione del network sia nel nostro paese che in Europa: al momento in cui si scrive le scuole MyES presenti in Italia sono 47, che vanno a sommarsi ad altre 5 ubicate tra Spagna e Francia.

Anche il capoluogo ligure ha la sua scuola MyES: operativa dal 2015 nella centralissima zona di piazza Brignole, e con 500 studenti oggi attivi, la sede My English School Genova ha portato in città una nuova modalità di apprendimento della lingua inglese. MyES supera gli approcci tradizionali grazie al suo mood informale, un metodo didattico innovativo, eventi extra-scolastici e legami forti col territorio, a cominciare dalla collaborazione con aziende come Costa Crociere, Rina e Axpo, fino a contribuire alla formazione linguistica di una cinquantina di aziende locali che operano nei più svariati settori.

Come in tutte le sedi del franchise, infatti, anche l'offerta formativa di My English School Genova è completa e flessibile, dedicata ad adulti, senior, ragazzi, studenti, aziende e professionisti e volta alla formazione linguistica di specifiche categorie. Non solo business English, dunque, ma anche preparazione agli esami per le principali certificazioni della lingua inglese, visto che il 25% delle persone che si rivolgono a MyES Genova lo fa per conseguire una certificazione. I corsi offerti da MyES Genova sono sempre realizzati su misura sulla base di specifici obiettivi, livelli di preparazione, necessità e ritmi di apprendimento. Anche frequenza e modalità di fruizione dei corsi sono ampiamente personalizzabili: si può scegliere se seguire la prossima lezione in sede, da remoto oppure in modalità mix, e programmarla di volta in volta nei giorni e agli orari più comodi. La parola d'ordine, dunque, è flessibilità: a partire dal metodo didattico MySmart English®, un approccio che lega l'insegnamento tradizionale a un'intensa attività di conversazione nel contesto di corsi dal taglio pratico e rigorosamente in lingua inglese. In altre parole: lezioni mai noiose o convenzionali, con contenuti didattici pensati per essere utili e realmente coinvolgenti per gli studenti, invogliati a partecipare attivamente e vivere una vera full immersion nella lingua e nella cultura anglosassone. In questo modo l'apprendimento avviene in modo naturale, con risultati immediati e duraturi.

Altro punto di forza di My English School Genova è l'attenzione costante ai progressi di ogni singolo studente, a cura di uno staff specializzato. Lezioni, avanzamento del percorso, dubbi sulla didattica: frequentare un corso di lingua può lasciare spaesati, soprattutto per chi i banchi li ha lasciati

da tempo. Al ruolo di primo piano degli insegnanti madrelingua e native level si affianca quindi quello dei consulenti didattici, che seguono e indirizzano l'andamento formativo attraverso momenti di verifica e follow up individuale.
Visti i presupposti, non è affatto un caso che la "formula" My English School abbia riscosso un tale successo. Così come non è un caso che MyES sia la scuola di inglese meglio recensita su Trustpilot: sulla maggiore e più autorevole piattaforma online di recensioni anche MyES Genova sfiora le 5 stelle, guadagnandosi il primo posto tra le aziende che erogano formazione linguistica. Il dato che emerge dai feedback è evidente: uno dei tratti più apprezzati del brand è l'attitudine rilassata che contraddistingue qualsiasi scuola My English School. Da nord a sud Italia, passando anche per le sedi all'estero, l'ambiente che fa da cornice alle attività didattiche è un ampio e arioso open space nel quale gli iconici divanetti rossi ospitano i corsi, sempre tenuti in piccoli gruppi di studenti. Sullo sfondo di un'atmosfera informale e amichevole che caratterizza le scuole del network, l'affiancamento a ogni studente nel raggiungimento dei propri obiettivi e una piacevole esperienza di apprendimento dell'inglese, una competenza che espande i propri orizzonti personali e professionali.●

Andrea Fornasiero è Owner and Center Director di My English School Genova

di Sonia La Rosa

Al servizio del porto

Da oltre trent'anni Se.Po.Mar è al fianco degli operatori marittimi.

Maurizio Delucchi

Se.Po.Mar Srl, attiva nel porto di Genova dal 1991, svolge un importante ruolo di collegamento tra banchina e imbarcazioni, offrendo servizi mirati e tempestivi in risposta alle esigenze pratiche degli armatori; un ruolo chiave per l'operatività delle aziende portuali, di cui ci parla Maurizio Delucchi, socio dell'azienda.

Se.Po.Mar è nata oltre trent'anni fa per rispondere in modo strutturato alle esigenze degli operatori marittimi, dentro e fuori dall'acqua. Ci racconta come?
A partire dagli anni Cinquanta, dopo l'ultimo conflitto, nei porti iniziò la ripresa dei traffici marittimi. Nelle città portuali si rese quindi necessario rimuovere le macerie per dare spazio alle navi e alle operazioni di carico e scarico delle merci, che venivano successivamente trasferite sui camion per raggiungere le destinazioni finali. In quel contesto, molte navi restavano all'ancora in rada, anche per molti giorni, in attesa di poter accedere ai moli, e l'esigenza di ricevere alimenti freschi o inviare a terra parte delle merci diede vita a piccole flottiglie di barcaioli che fornivano sia l'assistenza al largo che la gestione dei carichi a terra. Proprio dalla fusione di due di queste antiche società di barcaioli, nel 1991 nasce Se.Po.Mar. Oggi tutto il personale dell'azienda, sia soci che dipendenti, è imbarcato come marittimo ed è quindi in possesso del doppio titolo di "capobarca al traffico locale" e "marinaio motorista"; una parte dell'organico possiede inoltre il titolo professionale di OTS (Operatore Tecnico Subacqueo) grazie al quale è possibile effettuare lavori professionali subacquei.

L'azienda ricopre un ruolo strategico per il buon funzionamento dei traffici marittimi. Quali sono le principali attività di cui vi occupate?
Dalla nostra strategica ubicazione nel cuore del porto, svol-

giamo principalmente servizi di trasporto merci rinfuse, bunkeraggi di oli lubrificanti e prodotti chimici, con navigazione litoranea costiera per il servizio in rada. Rappresentiamo quindi un collegamento fra la banchina e la nave. Eseguiamo inoltre trasporti con i nostri autocarri, autorizzati al trasporto di cose in conto terzi, svolgendo se necessario la funzione di deposito presso la nostra sede, in attesa che la nave sia disponibile a ricevere la merce. Entrando maggiormente nel dettaglio, una delle nostre attività è il rifornimento di oli lubrificanti alle petroliere in rada al Porto Petroli di Multedo. Nell'arco di mezza giornata, non appena arriva il camion, carichiamo l'olio lubrificante nelle nostre taniche e in un'ora di navigazione, all'interno della diga foranea, raggiungiamo la petroliera per il successivo pompaggio. In un unico viaggio, siamo in grado di trasportare fino a 66.000 litri di olio. Oltre al rifornimento delle petroliere, forniamo quotidianamente le navi (una/due al giorno), sia di provviste che di dotazioni in generale. In costante contatto con tutte le agenzie marittime genovesi, riceviamo l'incarico di fornitura e, dopo aver caricato la merce sulle nostre motobarche a stiva aperta, riforniamo la nave. Oggi Se.Po.Mar è in grado di trasportare e/o movimentare 300 quintali a viaggio e 400 tonnellate di merce all'anno, grazie alla propria flotta di tre imbarcazioni dedicate a questa tipologia di servizio e agli ulteriori mezzi di cui dispone (carrelli elevatori, semoventi ecc.). Con il nostro lavoro provvediamo non solo all'approvvigionamento di provviste, ma anche di dotazioni di vario genere, a seconda delle esigenze della nave. Spesso accade che uno yacht o una nave necessiti di un pezzo di ricambio per il motore senza il quale risulterebbe impossibilitata a navigare. In queste occasioni, anche con poco preavviso, sia di giorno che di notte, siamo in grado di organizzare il trasporto via mare della parte da sostituire. Ricordo un episodio di alcuni anni fa, in cui era stata fondamentale la tempestività del nostro intervento. a supporto del cliente: durante le festività natalizie, abbiamo eseguito un'importante operazione in rada a una nave portacontainer che aveva effettuato l'ultimo rifornimento in Africa e, essendo obbligata a trattenersi al largo per un imprevisto, era rimasta completamente senza viveri a bordo. Nonostante le condizioni meteo sfavorevoli abbiamo eseguito l'approvvigionamento nel giro di poche ore.

Dal punto di vista dei lavori professionali subacquei, invece, quali interventi svolgete e come?
La nostra attività principale è sì la gestione di forniture alle navi, ma siamo anche specializzati in una molteplicità di servizi in subacquea che svogliamo attraverso l'utilizzo di un'imbarcazione dedicata, oltre alle tre adibite al trasporto di merce. Per il servizio di ispezioni e rilievi subacquei siamo certificati da RINA (Registro Italiano Navale) e A.B.S (American Bureau of Shipping). Forniamo assistenza al cantiere di refitting di yacht e mega yacht durante le operazioni di alaggio e varo; nello specifico, il cantiere è dotato di un imponente carroponte con il quale vengono imbragati mega yacht, anche di 50 metri di lunghezza, che necessitano di essere trasferiti dal mare alla terraferma per poter operare sulla carena. Il nostro lavoro consiste nel verificare sott'acqua che l'imbragatura sia posizionata nella maniera corretta per poi dare il via libera al sollevamento dell'imbarcazione. Effettuiamo inoltre posa in opera, controllo, manutenzione e sostituzione degli impianti di ormeggio, lavori di muratura subacquea e supporto subacqueo alle imbarcazioni ormeggiate a Marina Molo Vecchio. Nel porto di Genova è presente un elevato numero di ormeggi per barche da diporto; le barche sono legate a terra con delle cime e a mare con altre cime. Le cime sott'acqua vengono collegate ai corpi morti posti sul fondo del mare da operatori subacquei - quindi anche dal personale di Se.Po.Mar - che si occupano altresì del controllo periodico delle stesse. Svolgiamo anche ispezioni in carena sotto le navi per verificare, anche grazie a riprese video e foto subacquee, la presenza di eventuali danneggiamenti. Da un lato si tratta di controlli periodici, ma dall'altro possiamo definirci anche un'impresa di "pronto intervento": in tanti anni di attività si sono verificati diversi episodi nei quali la tempestività è stata fondamentale. Solo per citarne alcuni: più volte è capitato di essere contattati per intervenire su un'elica rimasta bloccata a causa di un corpo estraneo disperso in mare che si era aggrovigliato nelle pale, consentendo quindi allo yacht di tornare a essere governabile; o, ancora, abbiamo più volte ricevuto chiamate per yacht che stavano imbarcando acqua, rischiando di affondare: in questi casi i nostri operatori subacquei sono immediatamente intervenuti per chiudere la falla.

In sostanza, un'azienda al servizio del porto?
Esatto. Se.Po.Mar, in porto da oltre trent'anni, è a disposizione dei propri clienti 24 ore al giorno, sette giorni su sette, fornendo all'armatore un'assistenza a 360 gradi sia a terra che in acqua e, in generale, svolgendo un ruolo chiave per l'operatività dello scalo genovese.●

La natura è tutto il nostro mondo.

Cosa hanno in comune il gioco degli scacchi e la gestione di un'azienda?

Le mosse giuste

di Roberto Mogranzini

Da oltre vent'anni ho fatto del gioco degli scacchi il mio pane quotidiano, prima come giocatore, poi come allenatore e infine come imprenditore.
Oggi guido una società leader in Italia nella creazione di eventi e contenuti legati agli scacchi, che oltre a essere il core business della mia società, sono anche il cuore pulsante della gestione delle risorse.
Sembra strano parlare di scacchi, eppure in Italia ci sono oltre 150.000 appassionati, nel mondo circa 1,5 miliardi di persone giocano e circa il 70% della popolazione mondiale è entrato in contatto almeno una volta con questo gioco/sport. Numeri alla mano vi starete chiedendo come sia possibile che questo sport sia ancora definito "di nicchia", me lo domando anche io quando vedo le facce sbalordite di chi mi ascolta parlare in aula durante le mie sessioni di formazione.
Accanto all'aspetto agonistico e di realizzazione eventi, la mia attività da qualche anno si è arricchita di una nuova declinazione: gli scacchi abbinati al mondo del management. Nella mia carriera di giocatore di scacchi mi sono sempre ritrovato a dover gestire al meglio le partite che giocavo e questo comportava l'analisi di più fattori: risorse, tempo, valutazione dei rischi e delle opportunità, fattibilità di un piano, valorizzazione di un elemento (o anche il sacrificio). Tutti questi fattori li ho poi ritrovati nella mia carriera professionale di manager, da lì la riflessione è nata pressocché in modo del tutto naturale: un manager e un grande maestro di scacchi operano in maniera similare.
Così, contando sulla collaborazione di professionisti e amici nel campo della formazione - Alessandro Almonti, Maurizio Chiamori e Luca Barillaro che condividono con me la passione per gli scacchi - ho creato un intero format dedicato al miglioramento delle competenze trasversali, le cosiddette soft skills, attraverso la metafora degli scacchi. Nasce così Best Moves, un percorso formativo che ha come scopo la valorizzazione delle competenze che ci permettono di raggiungere risultati migliori.
Va detto, a onor del vero, che le analogie con gli scacchi

possono essere infinite e l'evoluzione del format ne è la prova; non parliamo solo di scacchi e management, possiamo abbinarli alla finanza, alla geopolitica, alle risorse umane, alla didattica e così all'infinito.
Negli anni ho avuto il piacere di illustrare questo percorso a grandi nomi del management italiano e internazionale e con grande sorpresa, sentendomi all'inizio un po' un underdog, ho visto come gli scacchi fungono da attrattore e da "trampolino" per chi decide di mettersi in gioco per provare un nuovo approccio.
Arrivati a questo punto, probabilmente, vi starete chiedendo "in che modo gli scacchi possono essere un acceleratore del miglioramento delle competenze di un buon dirigente"?
Partendo dal presupposto che il mondo è in continua evoluzione ed è sempre più complesso - e come il mondo, così anche le organizzazioni assumono sempre più una dimensione complessa - il gioco degli scacchi, essendo di per sé uno dei giochi più complessi, risulta essere un'ottima metafora.
Il mondo del business e gli scacchi sono mondi "non risolti" in cui solo il modo in cui si gestisce la complessità intrinseca determina il successo o l'insuccesso. In che modo possiamo operare per tendere sempre più al successo dipende dal nostro grado di preparazione.
Nella mia esperienza di giocatore, prima, e di manager, poi, prima di giocare una partita e affrontare un avversario (che per l'azienda equivale a una sfida di mercato e al superare i propri competitors), mi preparo analizzando le partite dell'avversario (l'equivalente dell'indagine di mercato e di comportamento delle aziende che operano nello stesso settore) e studiando le possibili varianti che vicendevolmente potremmo giocare con l'obiettivo reciproco di vittoria.
Una volta trovato il piano più efficace, si aprono una serie di valutazioni che mi porteranno a valutare anche in quale momento sarà più conveniente attuare il piano ipotizzato. Ancora una volta, la stessa dinamica si configura per il manager, che dovrà stabilire quando attuare la propria strategia per ottenere il risultato migliore.
Se guardiamo una scacchiera, possiamo decidere di considerarla come un unico blocco di 64 caselle, o come un sistema fisicamente definito, ma in cui la crescita esponenziale e la previsione delle mosse possibili non sono materialmente pensabili e immaginabili nella loro totalità. Allo stesso modo, all'interno dell'impresa e nel mercato le variabili e le incognite sono tali da rendere difficilmente prevedibile quale sarà la prossima mossa. È quindi la capacità di valutazione e la presa di decisioni (corrette) a fungere da comune denominatore tra questi due mondi.
Il sistema azienda trova la propria rappresentazione sulla scacchiera: a ogni momento della partita corrisponde una certa allocazione dei pezzi, così come a un determinato momento del mercato corrisponde una determinata applicazione strategica dell'azienda.
Il manager e lo scacchista sono continuamente chiamati a prendere una decisione in virtù delle dinamiche che si vengono a verificare nel mercato e nella scacchiera. A livello psicologico le decisioni si prendono per deduzione o intuizione, in questo gli scacchi tornano di nuovo utili: i giocatori di scacchi risolvono problemi e prendono una decisione (ossia effettuano una mossa) basandosi su schemi ricorrenti, "patterns", quindi per deduzione, e su nuove informazioni, "chunks", ovvero l'intuizione. Tutto viene perciò ricondotto al riconoscere schemi e raccogliere informazioni. Ancora una volta l'analogia con i "modi pensandi" e "operandi" tipici del manager è di immediata configurazione.
In buona sostanza, per quanto sommariamente ho cercato di riassumere, gli stimoli che gli scacchi offrono, e mi hanno offerto, sono infiniti, e quotidianamente, nel gestire le risorse in capo alla mia società o nell'agire come manager, mi ritrovo, spesso inconsciamente, ad attuare tutti gli schemi che normalmente metterei in pratica durante una partita di scacchi. Questo non significa dover calcolare ogni singola decisione come se da questa dovessero dipendere le sorti della mia carriera: semplicemente ho appreso le best practices per evitare inutili sbagli e dispendi di risorse ed energie.●

Roberto Mogranzini è Grande Maestro di Scacchi

anniversary

25 years

Dal 1998 offriamo il meglio della logistica e dei servizi nei trasporti: spedizioni import-export, espresse, aeree, marittime e via terra. Monitoraggio proattivo delle spedizioni, imballaggio e trasporto delle merci pericolose, consulenza e preparazione delle pratiche doganali.

NE ABBIAMO FATTA DI STRADA!

B&T
BUSINESS & TRANSPORT SOLUTIONS

B&T Service Srl
Via Giacomo Bruzzo, 2c
16162 Genova
Tel 010 7450877
Fax 010 7413630
info@betservice.net
www.betservice.net

RINA
AEO
IATA
WCA
CONFINDUSTRIA

di Marco Bressani

Obbligo o opportunità?

La direttiva sul "Corporate Sustainability Reporting", emessa dall'Unione Europea, costituisce una linea guida per l'applicazione del pensiero strategico integrato.

Il periodo storico che stiamo vivendo è caratterizzato da una frequenza così elevata di eventi imprevedibili e altamente improbabili, noti come "cigni neri", che ci aspettiamo ormai di vederne uno ogni anno.
L'accelerazione dei cambiamenti tecnologici e sociali, la globalizzazione, la rapida interconnessione economica e finanziaria, l'instabilità politica e la crescente incertezza climatica sono tutti fattori che concorrono a generare questa incertezza costante.
In un contesto così volatile, la durabilità di un'impresa dipende sempre più dalla sua capacità di comprendere il cambiamento e poi attivare un pensiero integrato che permetta di individuare strategie che includano diversi valori, oggi in grande parte aggregati sotto l'acronimo ESG, e non siano orientate alla sola performance economica, che inevitabilmente restringe l'orizzonte.
Questi aspetti non devono essere intesi come qualcosa "da aggiungere", come un "adempimento" o come un "tratto estetico" utile a migliorare l'immagine, ma devono diventare parte integrante dell'orientamento strategico, e in alcuni casi la vera e propria spina dorsale che regge l'azione di sviluppo competitivo dell'Impresa (Management by Values).
La sfida è quindi quella di individuare, esplicitare e attuare un disegno strategico che connetta Sostenibilità e Innovazione perché a questi concetti è legata in grandissima parte la capacità dell'impresa di gestire le sue risorse in modo efficiente mantenendo equilibrio tra rischio e rendimento.
I risultati della 25° CEO Survey di PwC mostrano come gli imprenditori italiani siano particolarmente sensibili a questo tema: il 64% ha assunto impegni di impatto zero o ha in programma di farlo, percentuale che a livello globale scende al 51%; la spinta verso la sostenibilità, che le aziende quindi chiaramente percepiscono, arriva dal mercato, dalle istituzioni e dagli investitori:
- dal 6° Osservatorio Millennials e Generation Z di PwC emerge che, per 7 giovani consumatori su 10, le aziende comunicano le caratteristiche dei loro prodotti in modo poco trasparente; dinamiche che si riflettono sui consumi: per il 30% circa dei giovani italiani la sostenibilità ambientale e il packaging eco-friendly sono l'aspetto decisivo nelle scelte di acquisto; i comportamenti sostenibili devono essere però reali, dato che i danni reputazionali del "greenwashing" possono essere molto elevati;
- anche le Istituzioni indicano una direzione e un'agenda chiara: a partire dai 17 obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite al PNRR in Italia che ha posto lo sviluppo sostenibile al centro destinando 59,5 miliardi di euro alla transizione ecologica dell'economia, con interventi che spaziano dall'agricoltura alla gestione dei rifiuti, dalle energie rinnovabili, alla tutela della biodiversità;
- infine, gli investitori e gli strumenti di finanza sostenibile che incentivano a orientare i capitali privati verso investimenti sostenibili; a titolo esemplificativo Sustainability Linked Loans, prestiti che legano il costo del finanziamento al rag-

giungimento di obiettivi ESG predeterminati, i Green Loans, prestiti dedicati alla realizzazione di progetti green, e altre forme di Bond "sostenibili" (green, social, sustainable).
Questo scenario ha imposto ai "regolatori" il compito di mettere ordine tra le normative e gli standard che si sono moltiplicati nell'ultimo decennio creando discreta confusione su cosa sia in effetti una "attività economica sostenibile".
A tal fine, la Commissione Europea ha pubblicato il "regolamento Tassonomia dell'UE per la finanza sostenibile" (Reg. UE 2020/852), in vigore da luglio 2020, che fornisce un sistema di classificazione delle attività economiche ecosostenibili, ed è stata approvata (dicembre 2022) dall'UE la nuova direttiva CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) volta a garantire che le imprese promuovano un'informazione adeguata sui rischi e le opportunità di sostenibilità.
La normativa CSRD in particolare definisce i nuovi standard europei per la reportistica ESG ed estende l'obbligo di rendicontazione a un numero sempre crescente di aziende nel prossimo triennio; oltre a Imprese quotate ed Enti di Interesse Pubblico, l'obbligo sarà esteso, già nel 2025, a imprese che abbiano soddisfatto per due esercizi consecutivi almeno due dei seguenti parametri: stato patrimoniale maggiore di 20mln/€; fatturato maggiore di 40mln/€; numero medio di dipendenti maggiore di 250.
In ogni caso anche le aziende non obbligate, ma presenti nella catena del valore delle Imprese obbligate, saranno indirettamente chiamate a dare periodicamente conto dei risultati raggiunti su diversi indicatori ESG.
Da dove cominciare? Sicuramente individuando informazioni qualitative e indicatori che rappresentino l'approccio di gestione dei temi materiali e le performance di sostenibilità a essi collegate; in virtù dell'accordo di cooperazione GRI-EFRAG e alla relativa garanzia di interoperabilità tra gli standard, è probabilmente opportuno mantenere ancora il focus sui GRI Standard (incentrati sulla materialità d'impatto), consapevoli che gli standard europei ESRS (European Sustainability Reporting Standards) che saranno emessi da EFRAG, pur introducendo il concetto di "doppia materialità", seguiranno in buona parte la linea tracciata proprio dalla Global Reporting Initiative; sulla base di queste informazioni sarà possibile strutturare una gap-analysis e un Reporting Package che rappresentino un primo passo verso una rendicontazione più estesa.
In PwC abbiamo nel tempo maturato esperienze importanti su tutti gli ambiti che il paradigma ESG include e, avendo avuto tangibili segnali di questo interesse diffuso, abbiamo investito e supportiamo le imprese in modo olistico su queste tematiche. A Genova in particolare il Team PwC è stato arricchito di diverse professionalità per supportare la crescente richiesta di competenze tecniche specifiche, con l'obiettivo di garantire il corretto supporto nella definizione di una strategia che integri i temi ESG e il relativo processo di rendicontazione.●

di Elisa Roncagliolo

La classificazione europea delle attività sostenibili, tra obiettivi, requisiti e ricadute operative per le imprese.

Tassonomia green

L'affermarsi dei principi di sostenibilità socio-ambientale comporta ricadute importanti per le attività imprenditoriali determinando lo sviluppo di nuovi modelli di business, influenzando le scelte di investimento e la possibilità per le aziende di ottenere finanziamenti adeguati.
In tale contesto, è indubbia l'influenza esercitata dalle istituzioni europee per indirizzare le scelte di investimento e destinare le risorse finanziarie a progetti considerati sostenibili. Nel corso degli ultimi anni sono state intraprese numerose iniziative che si prefiggono di ridurre le emissioni di gas serra per condurre l'Europa verso la neutralità ambientale entro il 2050, in linea con gli Accordi di Parigi del 2015. Ne sono esempi il Piano di azione per la finanza sostenibile, pubblicato dalla Commissione Europea nel marzo 2018, e l'annuncio avvenuto a dicembre 2019 del Green Deal Europeo (o Patto Verde Europeo), un pacchetto di azioni che si propone di creare un ambiente più salubre per i cittadini europei attraverso la ridefinizione delle abitudini di consumo, lo sviluppo delle pratiche di economia circolare, la tutela della biodiversità. Per comprendere gli aspetti applicativi di tali iniziative e permettere alle imprese di intercettare il flusso di risorse a sostengo della transizione ecologica occorre dunque essere concordi su cosa possa definirsi realmente sostenibile, quali attività possano essere meritevoli di attenzione e rappresentare l'interesse degli investitori.
Su questo fondamentale aspetto è intervenuta l'Unione Europea che ha puntato sulla definizione di una precisa tassonomia ambientale (Regolamento UE 2020/852). La tassonomia rappresenta un sistema di classificazione delle attività economiche al fine di evidenziare il contributo di ciascuna di esse al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale e climatica posti dall'Unione Europea stessa. Gli obiettivi di sostenibilità ambientale attorno ai quali si sviluppa la tassonomia sono sei, precisamente: mitigazione del cambiamento climatico; adattamento al cambiamento climatico; utilizzo sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine; transizione verso un'economia circolare; prevenzione dell'inquinamento e suo monitoraggio; protezione e recupero della biodiversità e degli ecosistemi.
Per poter essere considerate allineate alla tassonomia UE, le attività economiche devono soddisfare alcuni requisiti. In particolare, le attività economiche devono apportare un contributo sostanziale al raggiungimento di almeno uno dei sei obiettivi ambientali sopra descritti, senza compromettere il raggiungimento dei restanti obiettivi (il cosiddetto principio "Do No Significant Harm - DNSH"). È necessario inoltre che siano rispettati requisiti minimi di tutela dei diritti umani e dei lavoratori, come sanciti dalle convenzioni internazionali.
È bene precisare che la tassonomia risulta in fase di sviluppo perché i criteri tecnici circa le attività economiche che rispondono ai diversi obiettivi di sostenibilità sono rimandati ad appositi atti delegati, ancora in elaborazione. È stato al

momento emanato il primo atto delegato (Regolamento Delegato UE 2021/2139), entrato in vigore il 1° gennaio 2022, che ha per oggetto la definizione delle attività economiche che soddisfano i primi due obiettivi di sostenibilità, ossia mitigazione e adattamento al cambiamento climatico. Il documento presenta una descrizione delle diverse attività economiche, suddivise per settore, e stabilisce i criteri tecnici per identificare le attività allineate alla tassonomia.
L'emissione del primo atto delegato è stata poi seguita da un rilevante dibattito pubblico circa l'opportunità di considerare ecosostenibili le attività connesse con il gas e soprattutto la produzione di energia nucleare.
Considerata la delicatezza dell'argomento, la Commissione Europea ha stabilito di disciplinare tali attività con un secondo atto delegato, entrato in vigore il 1° gennaio 2023, con cui si è alla fine scelto di includere gas e nucleare tra le attività sostenibili, specificando i requisiti tecnici anche per tali attività.
Risulta quindi interessante esaminare quali sono le conseguenze per le imprese dovute all'introduzione della tassonomia green. La classificazione delle attività sostenibili si traduce, infatti, in specifici obblighi di informativa per le aziende che nel proprio report di sostenibilità, come recentemente rivisto con l'introduzione della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), sono tenute ad indicare l'importo e la percentuale del proprio fatturato derivante da attività allineate con la tassonomia, nonché l'importo e la quota degli investimenti e delle spese operative sostenute con riferimento ad attività allineate alla tassonomia.
Oltre agli obblighi di informativa, l'introduzione della tassonomia comporta anche ricadute implicite per le imprese, rappresentate dall'influenza esercitata sulle scelte di investimento, che sono indirizzate verso attività ritenute sostenibili in modo condiviso, nonché sulle valutazioni effettuate dagli investitori in merito all'opportunità di finanziare o meno determinate attività economiche. Viene precisato che la tassonomia non costituisce una lista di attività finanziabili a discapito delle altre, ma nelle sue intenzioni fornisce un supporto non vincolante per orientare le scelte degli investitori. Risulta comunque evidente che l'allineamento o meno con le indicazioni della tassonomia potrà influenzare la capacità delle imprese di reperire risorse finanziarie. Si suggerisce ad esempio che le attività in linea con la tassonomia UE potrebbero ottenere condizioni di finanziamento più agevoli, in linea con l'obiettivo generale stabilito dall'Unione Europea di favorire l'afflusso di risorse finanziarie verso le attività che maggiormente contribuiscono al raggiungimento della neutralità ambientale.
In termini complessivi, l'attività di sistematizzazione avviata dalle istituzioni europee dovrebbe consentire di limitare il cosiddetto greenwashing, ossia il fenomeno per cui un'impresa cerca di presentarsi maggiormente attenta alla sostenibilità ambientale di quanto non lo sia veramente. Considerate le ricadute operative che tale sistema di classificazione potrebbe avere sulle imprese, soprattutto in termini di reperibilità delle risorse finanziarie necessarie, emerge la rilevanza delle scelte effettuate in sede europea su questo tema.●

Elisa Roncagliolo è PhD in Business Administration and Management, Dipartimento di Economia, Università di Genova

Accesso al credito e fattori ESG

Confindustria Genova e Banco BPM hanno siglato un Accordo per supportare le imprese associate nell'accesso al credito anche in ottica di integrazione dei fattori ESG sulle linee di business, attraverso finanziamenti e consulenza specializzata. Tra le diverse soluzioni disponibili sia a breve che a medio-lungo termine, si segnala il "Finanziamento chirografario con obiettivo sostenibilità", finalizzato a sostenere, tra l'altro, investimenti materiali e immateriali, scorte/magazzino, costi per servizi e del personale, esigenze di liquidità dell'azienda. Il finanziamento può essere utilizzato anche per finanziare o rifinanziare investimenti in impianti FER (Fonti di Energia Rinnovabili), ad esempio impianti fotovoltatici, eolici, geotermici, pompe di calore, biogas ecc. Al Finanziamento può essere aggiunto il "covenant ESG" o "Obiettivo Sostenibilità", cioè covenant contrattuali che attivano il monitoraggio di obiettivi di sostenibilità (ESG) convenuti tra il Cliente e la Banca. Per poter accedere ai vantaggi dell'Accordo, le aziende associate a Confindustria Genova dovranno presentare agli uffici della Banca apposita attestazione di regolare iscrizione.
Per Informazioni è a disposizione l'area Sviluppo Economico e Territoriale di Confindustria Genova (Giuseppe Caruso, tel. 010 8338214; Roberto Risso, tel. 010 8338549).●

CONFINDUSTRIA
LA SPEZIA

Orientamento al lavoro

Mario Gerini

La responsabilità condivisa con le imprese è, per Mario Gerini, Presidente di Confindustria La Spezia, individuare le competenze richieste e combattere gli stereotipi su alcuni percorsi di studio, attraverso una strategia di comunicazione che coinvolga i giovani e le loro famiglie.

Avere una visione corretta del mondo del lavoro all'interno di un'industria permette una scelta consapevole del percorso di studi, della formazione professionale e, conseguentemente, una migliore prospettiva di successo lavorativo. Se questo avviene, la società, nel suo complesso, ne beneficia; diversamente, se all'industria vengono a mancare le persone che l'aiutano a produrre, vengono anche minacciate ricchezza e benessere sociale.
Confindustria La Spezia sente la responsabilità di questo "ruolo sociale" che condivide con l'impresa: «Stiamo lavorando con questo obiettivo, orientare al lavoro - così Mario Gerini, Presidente di Confindustria La Spezia -. Abbiamo ben chiaro quanto sia importante per un giovane decidere il proprio percorso di studi. Spetta all'Associazione e agli enti formativi il compito di proporre loro un iter che rappresenti una concreta opportunità per un accesso mirato al mondo del lavoro. Orientare al lavoro è quindi il focus».
Non ha dubbi il Presidente di Confindustria La Spezia, Mario Gerini: «Il tema è molto importante e delicato. Come importanti e indispensabili sono le azioni di supporto ai giovani per indirizzarli verso un futuro lavorativo. Sotto questo aspetto alla nostra Associazione, a nostro parere, spettano due compiti fondamentali: in primo luogo, raccogliere le esigenze occupazionali espresse dalle aziende e condividerle con gli enti formatori affinché agiscano in linea con tali esigenze; in secondo luogo, sviluppare tutte quelle azioni necessarie per comunicare ai giovani, anche giovanissimi e alle famiglie, come sta cambiando il mondo del lavoro nelle imprese. E, devo ammetterlo, è un compito tutt'altro che semplice. Operiamo sempre a stretto contato con i maggiori centri formativi del territorio di cui siamo soci fondatori e sostenitori: Fondazione ITS, CISITA, Scuola Nazionale Trasporti e Logistica, Scuola Edile Spezzina e Promostudi, la Fondazione che gestisce il Campus Universitario della Spezia. Sono centri di eccellenza riconosciuti anche a livello nazionale. Tuttavia, nonostante il lavoro svolto per formare competenze in linea con le esigenze del mercato del lavoro, il gap tra le competenze richieste/attese dalle imprese e quelle possedute dai giovani continua a rappresentare una criticità».
Di fatto, sembra mancare la "forza lavoro", proprio in un momento in cui l'andamento economico decisamente favorevole di alcuni comparti come quello della meccanica e navalmeccanica - solo per citarne alcuni - richiedono con urgenza professionalità con competenze meccaniche, elettriche, elettroniche e informatiche, praticamente quasi introvabili.
«Da un'analisi delle cause dominanti di questa significativa mancanza di corrispondenza tra domanda e offerta di lavoro - prosegue Gerini -, emergono, purtroppo, anche nella nostra realtà locale, elevate percentuali di giovani inattivi, i cosiddetti "neet", e stereotipi misti a "cronici" pregiudizi che ancora avvolgono le professioni tecniche e che finiscono per indurre i nostri giovani a orientarsi principalmente verso percorsi di studio liceali. Naturalmente, qui non si tratta di stabilire un valore differente alle diverse "strade" formative, si argomenta su quello che il mondo dell'impresa richiede e che manca. Questa è l'informazione "chiave" che riteniamo indispensabile fare arrivare ai giovani e alle famiglie».
Importantissimo, naturalmente, è il "dialogo" con la scuola, di ogni ordine e grado. L'interazione con il mondo dell'impresa dovrebbe essere impostata su caratteristiche di "partnership", non episodiche, un dialogo in continuità, con la scuola e con i docenti. Con riferimento proprio ai docenti, sarebbe opportuno prevedere anche un loro personale percorso di avvicinamento alla conoscenza dell'impresa, in quanto spesso non conosciuto, in particolar modo dai docenti delle materie tradizionali.

«L'Associazione deve essere un facilitatore alla creazione di questa sinergia collaborativa. Esistono già iniziative nazionali e regionali del sistema confindustriale, come il PMI DAY e Ragazzi in Azienda, nelle quali le aziende si aprono agli studenti con visite studiate ad hoc. Ecco - conclude il presidente degli industriali spezzini -, occorre predisporre insieme un progetto affinché questo dialogo fattivo sia costante nel tempo. La continuità è un investimento verso l'obiettivo che deve essere per noi, sempre l'orientamento al lavoro».
La stretta collaborazione fra impresa e formazione mirata alle sue specifiche esigenze è magistralmente rappresentata da ITS La Spezia. Ed è in occasione del percorso di studio per "Tecnico Superiore per il marketing e l'internazionalizzazione delle imprese" che il prossimo 10 maggio, in Confindustria La Spezia, Agenzia ICE e lo Studio Tupponi, De Marinis, Russo & Partners terranno per gli studenti una lezione aperta anche alle imprese sulle regole base che governano i processi commerciali e produttivi volti all'internazionalizzazione: il valore della conoscenza unisce sempre formazione e impresa.●

FONDAZIONE ITS LA SPEZIA

La Fondazione ITS La Spezia, costituita nel 2010, è composta da: Acciaierie d'Italia, Fincantieri Spa, Leonardo Spa, Confindustria La Spezia, Cna La Spezia, Confartigianato La Spezia, Provincia della Spezia, Università degli Studi di Genova, Cisita Formazione Superiore (SFC - Sistemi Formativi Confindustria), Scuola Nazionale Trasporti e Logistica, F.C.L./Conform, Forma/Ente Formazione Professionale, Formimpresa Liguria, Villaggio Del Ragazzo, I.I.S. Capellini-Sauro (La Spezia), I.I.S. Natta/Deambrosis (Sestri Levante). Dalla sua costituzione, la Fondazione ITS La Spezia eroga annualmente un corso in ambito meccanico "Tecnico Superiore per l'innovazione dei processi e prodotti meccanici", giunto ormai alla dodicesima edizione con sbocchi occupazionali pari al 90%. Negli ultimi anni la Fondazione ITS La Spezia è stata interessata da importanti sviluppi, oltre al consolidamento dell'offerta formativa tradizionale in ambito meccanico, sono stati istituiti due nuovi percorsi sul settore logistica e trasporti "Tecnico superiore per la mobilità delle persone e delle merci", giunto alla terza edizione e sul settore ferroviario "Tecnico Superiore per la conduzione e gestione dei mezzi ferroviari", di cui è in avvio la seconda edizione. Successivamente, in risposta alle attuali politiche nazionali e regionali, che valorizzano in maniera significativa la formazione professionale e il sistema ITS, si è ipotizzato un ulteriore sviluppo strategico che ha riguardato la crescita verso settori emergenti. Attraverso l'analisi dei fabbisogni espressi dal mercato del lavoro locale, si è deciso di avviare un nuovo corso ITS in ambito dei servizi alle imprese "Tecnico Superiore per il marketing e l'internazionalizzazione delle imprese". Per la realizzazione di questa ambiziosa iniziativa, ricca di contenuti specialistici, è stata attivata una collaborazione con ITA - ICE Agenzia per l'individuazione di docenze altamente qualificate sulle tematiche trattate e per il supporto nell'organizzazione di esperienze dirette all'estero per gli allievi del corso. Più in dettaglio, s'intendono raggiungere i seguenti macro obiettivi: mettere a disposizione del sistema imprenditoriale locale risorse umane competenti e qualificate in grado di contribuire a rafforzare sul mercato internazionale le MPMI appartenenti al sistema ligure; sviluppare professionalità ''multiskill" che abbinino alle competenze professionali necessarie per gestire i processi di internazionalizzazione anche quelle legate ai processi produttivi, a quelli amministrativi, economici e finanziari nonché di digitalizzazione e sostenibilità dei processi stessi e, pertanto, spendibili all'interno di ciascuna organizzazione aziendale che intenda elevare i livelli di competitività sul proprio mercato di riferimento; completare la gamma dell'offerta ligure di formazione superiore con un percorso tecnico-gestionale che contribuisca allo sviluppo dei processi di internazionalizzazione delle imprese liguri. Gli allievi matureranno competenze relative ad aspetti di: transizione ambientale; transizione digitale; gestione societaria con sistemi software di pianificazione e controllo del business; gestione clienti; supporto al marketing aziendale; gestione dell'internazionalizzazione non solo in ottica di delocalizzazione, ma di supporto alla crescita aziendale su nuovi mercati, di contrattualistica internazionale, di problematiche doganali e dei trasporti internazionali, di fiscalità internazionale e di pagamenti e garanzie bancarie internazionali. Attualmente gli allievi del corso (20 allievi) stanno svolgendo la fase teorica in aula che terminerà nel mese di ottobre 2023. A partire da novembre 2023 gli allievi svolgeranno la fase di tirocinio curriculare presso le aziende per un totale di 820 ore. La conclusione del corso è prevista per il mese di luglio 2024. È in programma l'avvio della seconda edizione del corso nel mese di settembre 2023.■

Tutta l'energia che serve. Sempre.

Da oltre 50 anni siamo il vostro partner per ogni esigenza energetica. Quando, come e dove volete.

Il mondo ha sempre più bisogno di energia.
Per la casa, il business, la mobilità. Offriamo prodotti e servizi innovativi, dinamici e sostenibili per semplificarvi la vita, risparmiando risorse e rispettando l'ambiente.
Perché ci siamo presi un impegno: rendere il futuro più efficiente.

Scopri di più su:
www.europam.it

EUROPAM
Energia per la vita.

PICCOLA INDUSTRIA

CONFINDUSTRIA GENOVA
PICCOLA INDUSTRIA
Noi per Genova.

L'intervento del Presidente di Piccola Industria Andrea Razeto all'incontro con i rappresentanti delle Istituzioni a Villa del Principe.

Facciamo il punto

In occasione del tradizionale appuntamento annuale della Piccola Industria di Confindustria Genova con i rappresentanti delle Istituzioni, svoltosi il 20 marzo scorso a Villa del Principe, il presidente Andrea Razeto ha condiviso una riflessione sul ruolo della stessa Piccola Industria e, più in generale, del sistema impresa sul nostro territorio.

• • •

L'azione di Piccola Industria in questo mandato sta seguendo tre importanti direttrici: cultura di impresa; ruolo sociale dell'imprenditore; crescita.
All'interno di questa linea di azione generale trova declinazione principale la delega che il presidente Umberto Risso ha affidato a Piccola Industria all'interno di Confindustria Genova, "Il rapporto tra Grandi Imprese e PMI" o, in altri termini, la "Filiera come ecosistema per lo sviluppo della Piccola Impresa e del nostro Sistema territorio".
L'importanza di questo tema può essere colta anche solo pensando alla recente esperienza pandemica, che ha evidenziato la fragilità delle catene lunghe del valore, sottoposte a crisi per interruzione delle forniture, crisi delle commodities, l'applicazione di politiche protezionistiche, la crisi dei noli. A fronte di queste esperienze, le catene del valore si stanno via via contraendo, sviluppando aggregazioni a scala ridotta su poli locali maggiormente rispondenti in termini di costi, affidabilità dei tempi di consegna, qualità della produzione.
Questa evoluzione può essere colta nella sua importanza anche nel nostro territorio metropolitano dove le PMI attive in tutti i settori economici (dal porto alla cantieristica, dalla meccanica all'automazione", dal digitale alla sanità, dal turismo alla nautica, solo per citarne alcune) crescono e si consolidano sempre più in filiere integrate in un rapporto virtuoso e connesso con le Grandi Imprese del territorio.
Riteniamo, infatti, che sia fondamentale, per le nostre aziende, affiancare all'attenzione verso la crescita sostenibile, quella per le relazioni intercorrenti tra le imprese nel contesto produttivo nel quale le stesse operano, in una logica che non sia solo commerciale o di mera fornitura, ma che si connoti per le interconnessioni che possono e devono portare reciproco vantaggio.
Per tale ragione, negli anni di questo mandato abbiamo cercato di collaborare in ogni iniziativa che ponesse al centro le PMI in una logica di partenariato preferenziale con le grandi imprese locali: le attività sviluppate con il vicepresidente Tommaso Profeta di Leonardo nell'ambito del progetto SCOUT&MAP con la collaborazione del Digital Innovation Hub Liguria (sulla profilazione e qualificazione delle PMI per i settori di business delle grandi imprese locali) ne sono un esempio.
Lavorando insieme, piccole, medie e grandi imprese possono creare un vero e proprio "modello di filiera territoriale" che presto vorrei potesse essere declinato in linee guida, condivise tra i nostri associati e valorizzate in un protocollo generale di buone prassi all'interno dell'Associazione.
Ma per dialogare con aziende più grandi, organizzate e internazionalizzate, occorre aumentare la propria visione e cultura d'impresa: è necessario crescere non solo quantitativamente, ma qualitativamente. E la filiera può essere d'aiuto anche nel sostegno al credito.
Piccola Industria ha da sempre posto al centro della sua azione il supporto al credito per le PMI, stipulando in passato importanti accordi di moratoria dei mutui con ABI a livello locale.
Una grande criticità che stiamo testando in molte nostre imprese, nel recente periodo, è il tema cyber security dove la solidarietà tra i componenti della filiera è ancora più evidente: l'attacco informatico portato anche a un solo componente della filiera rischia di generare pesanti ricadute sulle imprese partner.
Riteniamo quindi fondamentale ampliare il grado di consapevolezza di tale rischio e stimolare gli investimenti in cyber security, aumentando il livello di sicurezza delle PMI e potenziando le capacità delle imprese di resistere agli attacchi informatici.
In tal senso, abbiamo apprezzato e sostenuto in questo am-

bito il protocollo di formazione sul rischio cyber sottoscritto tra l'azienda champion sulla sicurezza Leonardo e la nostra Associazione, attraverso la sua società di servizi Ausind.
Ecco un esempio di solidarietà tra grande/piccola impresa all'interno della filiera: protezione dell'"anello debole".
La formazione, a tutti i livelli, è parte integrante del mondo dell'impresa. Come Confindustria riteniamo fondamentale un collegamento costante e strutturato tra education e mondo del lavoro, tra profili richiesti e indirizzo professionale che diamo ai nostri giovani.
La fotografia scattata da Unioncamere-Anpal ha evidenziato una nuova crescita delle difficoltà di reperimento di personale, che è passata dal 38,6% dello scorso anno al 45,6% a gennaio 2023.
La mancanza di candidati è la motivazione maggiormente indicata dalle imprese (27,8%), seguita dalla preparazione inadeguata (13,5%).
Il PMI DAY 2022, organizzato dal Consigliere con delega Christan Ostet, ha avuto come tema di sviluppo proprio la "filiera" e "il bello del saper fare italiano", con una straordinaria partecipazione delle PMI e delle Grandi Imprese del nostro territorio, che si sono potute confrontare a febbraio scorso in un follow-up in Associazione con gli studenti e con i loro professori, alla presenza dell'assessore regionale Marco Scaiola e dei rappresentanti dell'Ufficio Scolastico Regionale.
Non dobbiamo poi dimenticare il ruolo fondamentale dell'innovazione e della trasformazione digitale, che costituiscono oggi i principali driver di crescita delle imprese sia manifatturiere che di servizi, in particolare delle più piccole. Anche in questo ambito la filiera territoriale può generale un importante effetto di contaminazione, se considerate che, ancora oggi, le PMI faticano a trovare le risorse materiali e gli input economici e intellettuali per sviluppare questo percorso.
Per rendere più performanti questi processi, occorre avvicinare le PMI alla rete dei DIH e, in questo ambito, un grande ruolo ha avuto anche quest'anno Piccola Industria con il suo Gruppo di lavoro "Digitale Facile", sotto la responsabilità del vicepresidente Enrico Pedemonte.
Oggi "Digitale Facile" è integrato in un processo di assesment dell'Associazione e del Digital Innovation Hub nei servizi di orientamento alla digitalizzazione per le PMI e questo, per Piccola Industria, è motivo di grande soddisfazione.
Una filiera efficace deve però avere a disposizione una pubblica Amministrazione efficiente e moderna. Abbiamo apprezzato la rilevanza strategica che Regione Liguria e il presidente Giovanni Toti hanno attribuito alla "Digitalizzazione e Innovazione della Pubblica Amministrazione" all'interno del Programma di Governo.
Il piano di ascolto e condivisione con la nostra Associazione per la definizione dei processi strategici di attuazione, portato avanti dal Commissario per l'innovazione Enrico Castanini, confidiamo possa contribuire in maniera efficace ad agevolare la trasformazione digitale del nostro Paese, di cui le nostre imprese, specie le PMI, hanno bisogno.
Colgo l'occasione, vista anche la presenza di esponenti della politica nazionale, per ricordare i tempi di attesa per il disbrigo delle pratiche di rinnovo-validazione dei passaporti per le trasferte estere del nostro personale dipendente: molte sono le lamentele che provengono dai nostri associati su una situazione ormai insostenibile (al riguardo ringrazio i contributi del vicepresidente Piero Gai per l'attività di ascolto e raccolta di segnalazioni presso i nostri associati): l'in-

ternazionalizzazione di un'impresa passa anche da questi "banali" passaggi burocratici...
Il tema dell'innovazione digitale della Pubblica Amministrazione riguarderà soprattutto il settore Sanità, sia lato utente cittadino che lato impresa fornitrice di servizi. Proprio il riferimento alla nostra filiera territoriale della sanità mi impone di ricordare a tutti le segnalazioni provenienti dalle PMI del settore (e di questo ringrazio il nostro delegato Paolo Masino) sulla grave situazione, a oggi irrisolta, del payback, che obbliga le aziende del comparto sanità, fornitrici di dispositivi medici, a rimborsare il 50% delle spese effettuate in eccesso dalle regioni per gli anni dal 2015 al 2018 compreso. Il provvedimento mette a rischio il tessuto dei fornitori ospedalieri, composto nel 95% da micro, piccole e medie imprese, con oltre 100mila lavoratori. La trasformazione in chiave digitale dei processi all'interno di filiere moderne si deve accompagnare alla sfida su nuove condizioni abilitanti in tema di sostenibilità, ricerca e innovazione.
Alla luce di queste esperienze abbiamo condiviso nel nostro Consiglio Direttivo come processi di innovazione così ambiziosi e importanti richiedano adeguati incentivi per essere sviluppati: vorremmo, quindi, richiedere la disponibilità della Regione a confrontarsi con noi sulla possibilità di emettere bandi per progetti finanziabili di "innovazione dei processi e dell'organizzazione delle filiere produttive e di servizi degli ecosistemi industriali produttivi ed economici" (sul modello già utilizzato da Regione Lombardia con Unioncamere, che ha di recente stanziato 80 milioni di euro su progetti a favore di "filiere territoriali certificate").
L'impresa non è un'entità a sé, ma è una relazione continua con il suo ecosistema e con il territorio che la ospita. Piccola Industria ha sviluppato in questi anni un forte rapporto di collaborazione e confronto con l'Amministrazione comunale, in special modo, devo rilevare, dal primo mandato del sindaco Marco Bucci.
Numerosi sono stati gli incontri e le collaborazioni utili a illustrare la pianificazione strategica degli appalti di lavori, servizi e forniture promossi direttamente dal Comune o dalle sue società partecipate, favorendo così lo sviluppo e la competitività delle PMI e generando positive ricadute sul territorio in termini occupazionali ed economici.
Le nostre imprese hanno avuto l'opportunità di confrontarsi direttamente con gli assessori con le deleghe di riferimento (ringrazio con l'occasione, fra gli altri, il vice sindaco Pietro Picciocchi e l'assessore Matteo Campora per la disponibilità dimostrata) o con i rappresentanti delle società partecipate, di volta in volta protagoniste degli incontri di presentazione dei bandi in Associazione, in un'ottica di attenzione alla filiera costituita dagli operatori del territorio.
Tale attività informativa e di confronto ha aiutato, da un lato, le stazioni appaltanti a stimolare l'interesse alla partecipazione agli appalti di operatori economici locali qualificati e affidabili e, dall'altro, a favorire la massima partecipazione delle PMI alle procedure di gara nel rispetto dei principi comunitari fissati dallo Small Business Act del 2008.
Infine: desidero confermare la piena disponibilità di Piccola Industria a promuovere azioni sinergiche con le amministrazioni del nostro territorio, per contribuire con responsabilità allo sviluppo economico della nostra città e al benessere di cittadini e imprese.

di Annaluce Licheri

Canzone non disponibile

Cause e conseguenze del mancato accordo tra Meta e SIAE.

La mancata intesa sul rinnovo delle licenze per l'utilizzo dei brani musicali protetti da SIAE sulle piattaforme Meta sta generando conseguenze negative non soltanto per gli autori, gli editori e gli altri attori del music business ma, più in generale, per tutti coloro che utilizzano i social per la creazione di contenuti e per gli utenti finali. La negoziazione è stata interrotta lo scorso 16 marzo da Meta, che ha successivamente silenziato i brani rientranti nel repertorio SIAE all'interno delle proprie piattaforme: nello specifico, il colosso di Zuckerberg si è rifiutato di condividere con SIAE le informazioni necessarie alla definizione di un accordo equo e di una somma congrua per la remunerazione di autori ed editori, violando così una serie di obblighi di trasparenza imposti dalla nuova normativa vigente in materia. All'interno di tale vicenda, infatti, un ruolo di prim'ordine è ricoperto proprio dalla Direttiva (UE) 2019/790, la cosiddetta "Direttiva Copyright", che da poco più di un anno è stata recepita anche nel nostro ordinamento mediante il Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 177. La Direttiva in esame, mediante il suo art. 17, ha introdotto l'obbligo per i cosiddetti "prestatori di servizi di condivisione di contenuti online" di ottenere una licenza preventiva dai titolari dei diritti d'autore, compiendo "i massimi sforzi" per negoziare tale licenza con le società di gestione collettiva (come la SIAE); tali piattaforme infatti, concedendo l'accesso al pubblico a opere protette dal diritto d'autore, compiono un atto di "messa a disposizione del pubblico", per il quale le legge prevede che debba preventivamente ottenersi un'autorizzazione da parte dei titolari dei diritti. Oltre alla negoziazione delle licenze, come si è già accennato, un altro aspetto rilevante è quello della trasparenza e della messa a disposizione dei dati necessari a stabilire l'entità delle somme adeguate e proporzionate che gli aventi diritto devono ricevere per l'utilizzo delle loro opere; l'articolo 19 della Direttiva Copyright (e di conseguenza l'art. 110-quater della legge italiana in materia di diritto d'autore) impone infatti un obbligo di trasparenza secondo cui licenziatari sono tenuti a fornire ai titolari dei diritti informazioni complete, aggiornate e pertinenti sullo sfruttamento dell'opera, compresi il capitale generato e il compenso dovuto. Tuttavia, nel caso di specie Meta avrebbe prospettato a SIAE un importo forfettario senza specificazioni ulteriori sui criteri determinazione di quest'ultimo, facendo presagire una formula simile al "prendere o lasciare" che non desse spazio a ulteriori margini negoziali. A ciò può aggiungersi che, seppur a oggi SIAE risulti la prima società di "collecting" in Europa a non aver trovato l'accordo con Meta, tale circostanza deriva dalla scadenza del contratto precedente nel periodo di vigenza della nuova Direttiva: secondo la collecting italiana dunque, la stessa situazione potrebbe verosimilmente verificarsi nel corso dei prossimi mesi per le altre società di collecting europee, non appena anche i loro contratti con Meta scadranno. Trattandosi dunque di una Direttiva che potremmo definire piuttosto recente, ciò che è certo è che le vicende legate a questo accordo rappresentano per quest'ultima un importante banco di prova (oltre che un importante precedente) in termini di applicazione concreta dei principi in essa contenuti. SIAE rappresenta tuttavia soltanto uno dei soggetti dai quali Meta deve ottenere una licenza per lo sfruttamento dei diritti. Per quanto attiene invece ai diritti per i contenuti musicali discografici - l'altra metà del cielo del mondo musicale - le piattaforme negoziano con le case discografiche a livello globale: ciò ha prodotto la conseguenza per cui, nonostante Meta disponga di una licenza con le major discografiche e con i maggiori aggregatori di cataloghi indipendenti, i contenuti oggetto di tale accordo risultano comunque bloccati o silenziati, con conseguenti danni per l'industria discografica, che solo nel 2022 per l'utilizzo di tali contenuti ha ottenuto oltre 20 milioni di euro. Il mancato accorda tra la holding di Zuckerberg e la Società Italiana Autori ed Editori però, oltre che generare ingenti perdite per tutta la filiera musicale, produce ulteriori conseguenze rispetto all'attività dei content creator, i quali realizzano contenuti arricchiti dai brani disponibili sulle piattaforme grazie agli accordi fino a ora vigenti; peraltro, alla rimozione dei brani musicali spesso si è accompagnata anche la cancellazione dell'audio "esterno" del loro parlato. In tal senso, la cancellazione retroattiva dell'audio dai contenuti già pubblicati potrebbe configurare un inadempimento contrattuale nei confronti di questi ultimi, in quanto Meta, all'interno dei termini e condizioni, non aveva previsto l'oscuramento di contenuti che - al momento della pubblicazione - si adeguassero agli standard della community; la scelta arbitraria e retroattiva di rimuovere l'audio (compreso quello parlato) dalle piattaforme, violando i diritti degli utenti che a queste ultime si affidano, potrebbe dunque configurarsi come illegittima. Sempre con riferimento sia ai content creator che agli utenti finali, vi sono poi conseguenze sul versante comunicativo all'interno dei social, in quanto il mancato accordo incide notevolmente sulla fruizione dei contenuti presenti all'interno delle piattaforme. Data la crescente importanza ricoperta dalla musica nei social media, infatti, l'impossibilità di utilizzare - come sempre di più è avvenuto - i brani presenti nelle librerie come colonna sonora della propria quotidianità potrebbe rappresentare per gli utenti un sacrificio tale da generare un flusso massiccio verso altri canali, rivelandosi dunque decisamente svantaggiosa per Meta, che sarebbe a quel punto costretta a doversi accontentare del catalogo disponibile e a dover sviluppare nuove modalità di coinvolgimento dei propri user e di interazione fra loro. In tal senso, un ruolo principale può essere svolto proprio dai content creator che, seppure risultino particolarmente danneggiati dalla mancata realizzazione dell'accordo in esame, dispongono (unitamente) degli strumenti necessari a "traghettare" gli utenti finali fuori dalle piattaforme dal gruppo Meta, verso altri spazi ritenuti maggiormente adatti alle loro esigenze comunicative, come ad esempio TikTok. Per ognuna delle ragioni che precedono è auspicabile che Meta e SIAE riprendano gli accordi di negoziazione; in caso contrario, infatti, nessuna delle due parti sembrerebbe giovarne, in quanto la musica italiana perderebbe un'importante piattaforma di promozione e distribuzione e a Meta verrebbe a mancare una funzionalità (seppur in questo momento limitatamente ai brani degli artisti rappresentati da SIAE) che è stata inizialmente introdotta proprio al fine di contrastare l'azione di altri social network (come TikTok) e la loro capacità di coinvolgere maggiormente utenti e content creator.●

Annaluce Licheri è Presidente
Associazione di tutela del Made in Italy Italia in Testa

di Francesca Sivori

Genova e Liguria guardano e collaborano al futuro del Paese.

Madagascar

"Insieme x il Madagascar" è un progetto che nasce dalla stima e fiducia che Genova e la Liguria continuano a riconoscere a uno dei suoi figli più illustri, colui che ha segnato la storia della medicina a Genova e ha portato il nome della nostra città in tutta Italia, Europa e America: il prof. Umberto Valente. Pioniere dei trapianti d'organo, il professor Valente ha lavorato con dedizione e alta professionalità al Centro trapianti dell'Ospedale San Martino di Genova, centro certificato a livello europeo, per ben 40 anni. Terminato il suo percorso genovese, dopo diverse missioni con Medici senza Frontiere ed Emergency, il prof. Valente, da alcuni anni, sta prestando la sua opera di chirurgo formatore presso l'ospedale Le Polyclinique Universitaire NEXT gestito da una ONG italiana, la NEXT onlus che ha sede a Montesarchio (Benevento).
La passione per il suo mestiere e la consapevolezza che in Madagascar si muore ancora ogni giorno per mancanza di un sistema sanitario che tuteli la salute del popolo malgascio hanno stimolato il Professore a cercare sostegni morali, materiali e anche economici nella sua città, nella sua regione. Tutti hanno risposto: oggi il Progetto "Insieme x il Madagascar" è una realtà radicata nel nostro territorio che spazia in diversi settori: quello sanitario, in primis, ma anche in ambito formativo, ambientale, musicale, sportivo.
Regione Liguria, Comune di Genova, Diocesi di Genova, Università agli Studi di Genova, Istituto pediatrico Giannina Gaslini, Ospedale San Martino, e ancora: imprenditori; associazioni di volontariato, fondazioni private. Tutti insieme per contribuire alla crescita di un Paese annoverato tra i più poveri al mondo.
Accordi di cooperazione internazionale sono stati già firmati tra le Istituzioni sopracitate, altri sono in itinere al fine di

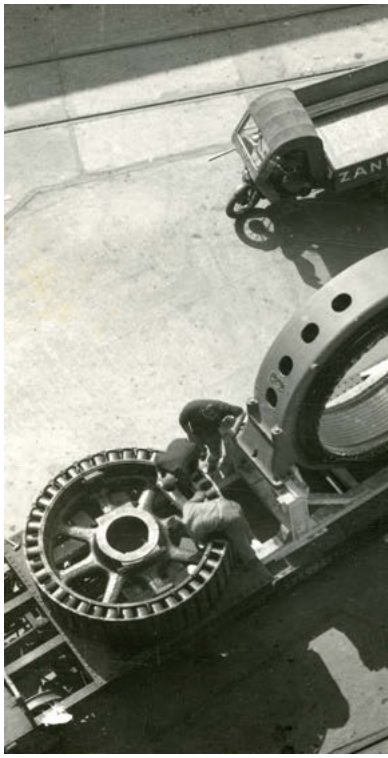
portare formazione, esperienza, aiuti anche economici; ma soprattutto per lavorare insieme ai malgasci e dare loro un supporto utile affinché si costruiscano un futuro migliore.
Tra questi, in uno spirito di missione pastorale che varca i confini, sia africani che europei, l'Arcivescovo di Genova, Monsignor fra Marco Tasca, e l'Arcivescovo di Antsiranana, Monsignor Benjamin Ramaroson, hanno stretto una collaborazione al fine di contribuire allo sviluppo e al consolidamento dei legami di amicizia tra i due Paesi, su basi di uguaglianza e reciproco vantaggio sia umano che spirituale. Collaborazione che vede la sua prima concretizzazione nel Progetto "La disabilità in Madagascar", presentato alla città il 27 febbraio scorso.
Inoltre, sono in corso le procedure per siglare il gemellaggio tra Genova e Antsiranana, città a Nord del Madagascar che si affaccia sulla seconda baia più grande al mondo e dove ha sede l'ospedale Le Polyclinique Universitaire NEXT. I due Comuni stanno lavorando per attivare scambi e relazioni nei settori turismo, educazione/formazione, cultura, ambiente.
In questo ultimo anno, alcuni progetti che fanno parte di "Insieme x il Madagascar" hanno visto la loro realizzazione: l'acquedotto nel villaggio di Antsoha, grazie alla società Cosme e alla Caritas di Genova; la rete territoriale di assistenza supportata dal Comitato Provinciale Iren di Genova, dalle società AVS e Emac che, nello specifico, hanno contribuito ad attrezzare un'ambulanza ospedale mobile. Sono state donate diverse apparecchiature diagnostiche all'ospedale Le Polyclinque NEXT da parte di Esaote, della Fondazione "Una mano per gli altri", dalla Fondazione APS Impulso e dai Club Rotary e Lions; quindi materiale informatico donato da Arioni Informatica. Infine, sono stati raccolti fondi per il sostentamento ordinario dell'ospedale da parte del Gruppo Scout Clan della Tortilla, dagli amici di FaceBook, da privati cittadini.
Inoltre, sono in fase di studio: il Progetto energie rinnovabili per interessamento della Società ERG; la digitalizzazione del Polo sanitario NEXT seguita da Informatici senza frontiere, utile per il consulto e la diagnostica online; il sistema e-learning in collaborazione con l'Università di Genova e l'aiuto finanziario di alcuni imprenditori.
L'invio di tutto il materiale sanitario, nonché di beni di prima necessità, è reso possibile grazie a Gruppo Spinelli, Gruppo Messina, MSC, all'agenzia marittima Le Navi, alla società di spedizioni Laghezza e alla ItalBrokers Genova che, quale gesto concreto umanitario, organizzano e curano l'invio di un container in Madagascar.
La ONG NEXT onlus, della quale il prof. Umberto Valente è Vicepresidente, opera sul territorio del Madagascar da oltre vent'anni. Il suo fondatore, il dott. Luigi Bellini, ha reso possibile, grazie alla sua tenacia e determinazione, la nascita del Polo Sanitario NEXT (che comprende il Centro Diagnostico Le Samaritain e l'ospedale Le Polyclinique Universitaire NEXT), unico centro del Nord del Madagascar che cura i malati indigenti.●

www.nextonlus.it

di Pietro Repetto

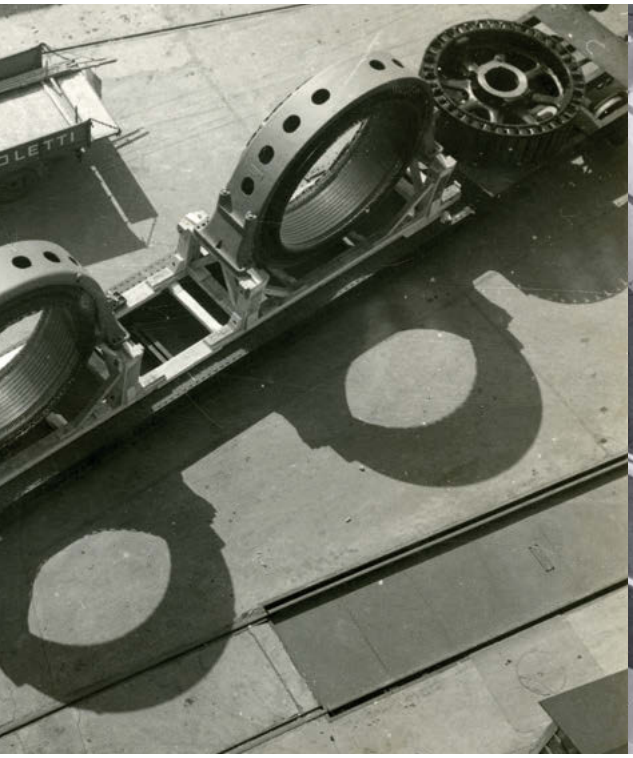
Replicabile è rivoluzionario

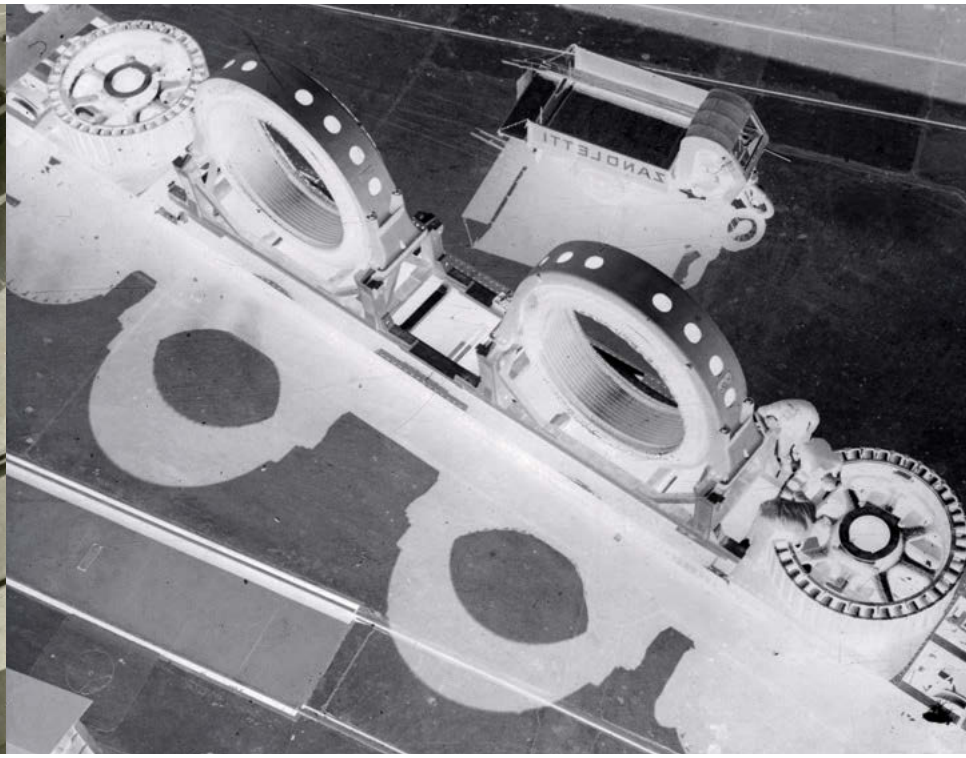
I più profondi cambiamenti, a livello globale, non sono stati innescati da eventi unici, ma dalla replicabilità di fenomeni e prodotti.



Solitamente siamo abituati ad associare al concetto di unicità una valenza di eccezionalità, di intrinseca bellezza e rarità. Ciò che è unico si distingue dalla massa di ciò che non è unico, si differenzia e, nelle sue derive più elitarie, si innalza sopra di esso. In realtà, a voler guardare bene alla storia dell'umanità e al suo progresso, le più grandi trasformazioni e i più importanti cambiamenti a livello globale sono stati innescati non tanto da eventi unici ma da fenomeni replicabili e ripetibili.
La replicabilità è qualcosa di molto più sovversivo dell'unicità, perché è in grado di rivoluzionare i rapporti di potere. Pensiamo alla fine del Medioevo, al passaggio all'epoca moderna: la cesura non è tanto la scoperta dell'America ma l'invenzione della stampa a caratteri mobili. Il testo stampato e la sua replicabilità rompono il potere d'autorità: la conoscenza esce dai monasteri, il sapere che prima era appannaggio di pochi ora è, potenzialmente e nei limiti dettati dal tempo, alla portata di molti.
Centinaia di migliaia di libri e qualche secolo dopo, si affaccia all'orizzonte un'altra fondamentale rivoluzione destinata a mutare le gerarchie creando nuove classi sociali, quella industriale. I beni di cui la società otto-novecentesca ha bisogno non sono più frutto di procedimenti artigianali ma di filiere produttive in cui le macchine garantiscono la replicabilità dei processi realizzativi. La replicabilità diventa quindi la base dello sviluppo industriale e garanzia di qualità del prodotto finito.
La transizione da unico a molteplice attraverso la sua replicabilità è dunque una delle possibili chiavi di lettura della contemporaneità e, venendo agli esempi conservati in Fondazione Ansaldo, nulla sembra più adatto a descrivere questo processo di transizione quanto l'evoluzione della fotografia che, nel momento in cui scopre la replicabilità e la ripetibilità dei suoi procedimenti, diviene forma di comunicazione privilegiata dell'impresa e dell'industria otto-novecentesca, veicolandone e amplificandone la portata rivoluzionaria. La natura stessa del procedimento fotografico impone di considerare il rapporto che intercorre tra l'unicità del negativo, frutto del singolo memento in cui viene realizzato lo scatto, e la molteplicità delle stampe positive che da esso è possibile ricavare, frutto del lavoro compiuto in un secondo momento in camera oscura.
A cavallo tra Sette e Ottocento lo sviluppo di una nuova classe borghese sulla scorta della prima rivoluzione industriale propizia la crescita esponenziale dell'editoria e il consolidarsi dell'importanza delle pubblicazioni periodiche a uso e consumo di questo ceto, numericamente e socialmente sempre più rilevante, che alimenta la richiesta di giornali e riviste. Si impone così la necessità di elaborare procedimenti di riproduzione delle immagini che garantiscano tirature maggiori e costi inferiori rispetto alle tecniche a disposizione in quel momento: l'incisione e, messa a punto proprio sul chiudersi del Settecento, la litografia.
La sfida si dimostra allettante per decine di studiosi e inventori e conduce, nel 1839, alla presentazione pubblica del "Dagherrotipo" all'Académie des Sciences e all'Académie des Beaux-Arts di Parigi, a testimoniare, fin dai suoi esordi, la duplice natura della Fotografia: formidabile e "oggettivo" dispositivo di riproduzione della realtà ma, contemporaneamente, nuova modalità di espressione artistica.
Proprio l'invenzione di Mandè Daguerre permette di entrare nel merito del tema "unico-molteplice" con un paradosso: il primo procedimento fotografico della storia, punto d'arrivo degli studi per rendere più sostenibile la riproduzione

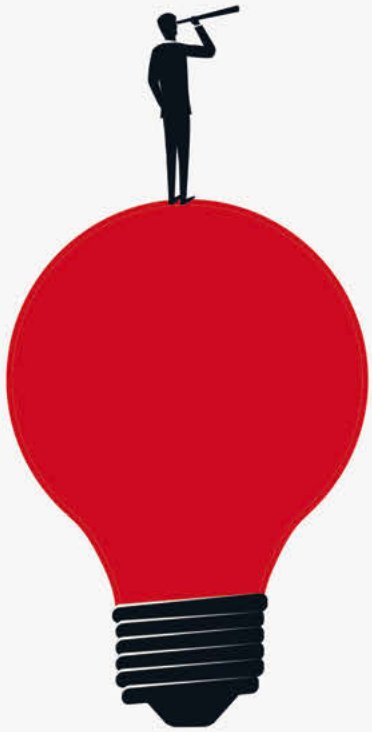
Produzione in serie di interruttori CGE, 1959





Parti di motori elettrici prodotti da CGE, 1952, positivo e negativo

Quando cerchi il budget per la comunicazione



Quando lo trovi

Per la pubblicità su Genova Impresa
e Genova Impresa settegiorninews
contattaci

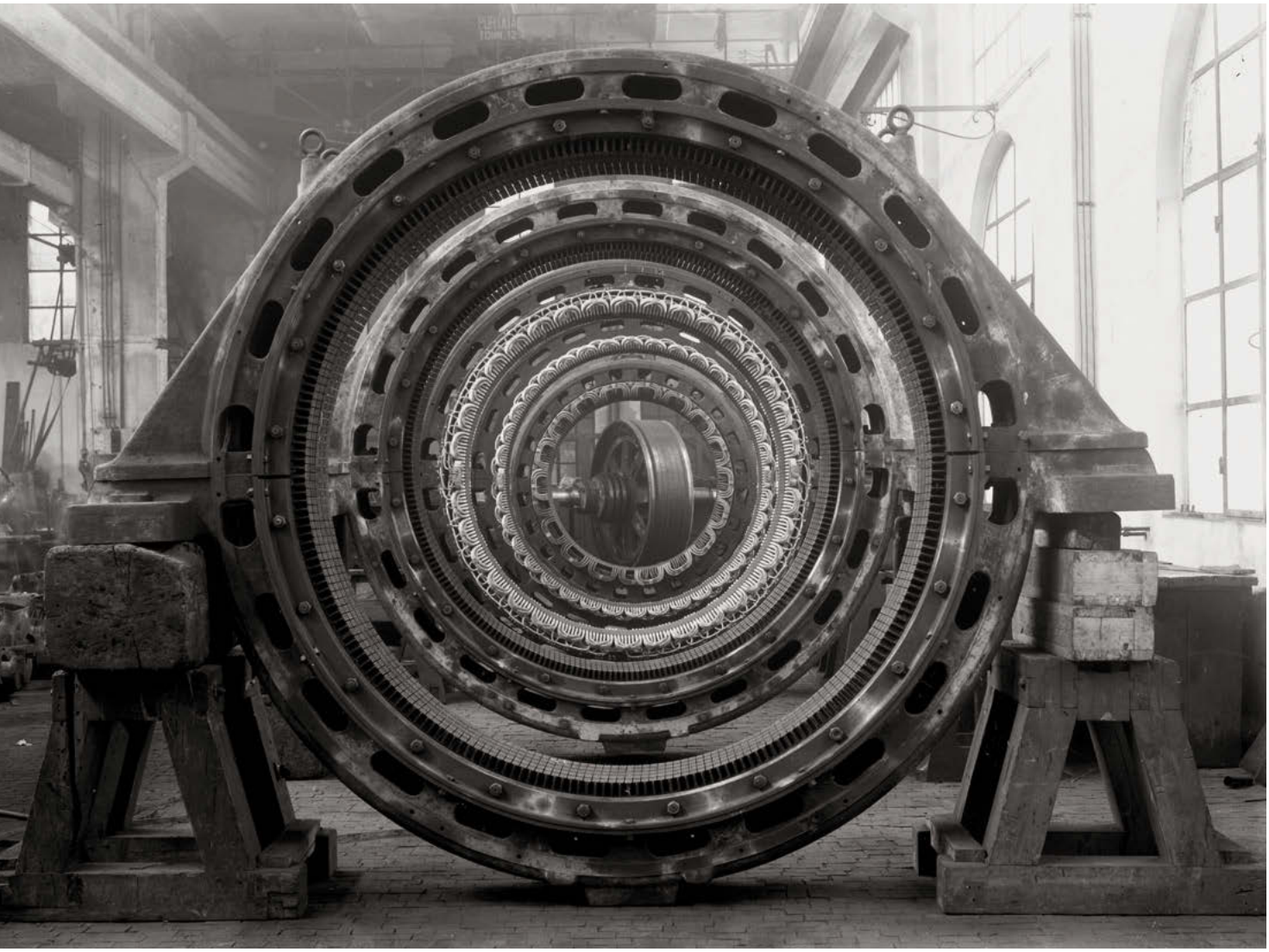
1983 ggallery group

010 888871 genovaimpresa@ggallery.it

di immagini, è in realtà un'immagine unica, che non può essere stampata, perché su un supporto metallico e che è positiva o negativa a seconda di come la luce batte sulla sua superficie.
Il problema si risolve col procedimento positivo-negativo messo a punto nello stesso 1839 in Inghilterra da Fox-Talbot, il cui uso, con i necessari aggiornamenti, è giunto praticamente inalterato nei principi fino alla comparsa della fotografia digitale. Il procedimento negativo-positivo si basa su due momenti: la ripresa, ovvero la registrazione della realtà grazie a un supporto trasparente reso fotosensibile e la stampa, il momento in cui il negativo trasparente viene proiettato e la sua immagine fissata su un foglio fotosensibile ottenendo l'inversione dei toni e il prodotto finale.
Questa necessaria premessa tecnica ci permette di ragionare sul rapporto tra i prodotti di questi due momenti. Il negativo si configura come un "originale" nella misura in cui è l'unico oggetto fotografico che mantiene un rapporto diretto con il soggetto ritratto. Esso è l'impronta originale e unica della porzione di realtà riprodotta. Non è però un originale nel senso comune del termine poiché, per rendere comprensibile il suo messaggio, ha bisogno della stampa. I toni del negativo sono infatti invertiti, dove nella realtà abbiamo alte luci, sul negativo avremo ombre profonde e viceversa. Tali considerazioni configurano il negativo come una matrice, un prodotto intermedio di una lavorazione non ancora conclusa, uno strumento indispensabile per il lavoro del fotografo ma non il prodotto che egli consegna al committente.
Entrando più nel dettaglio delle collezioni fotografiche di Fondazione Ansaldo abbiamo poi modo di declinare il discorso sulla unicità-molteplicità anche in un senso più estetco. Limitandosi al solo caso Ansaldo, nei lunghi anni di attività dell'azienda la comunicazione per immagini ha sempre rivestito un ruolo centrale, ne è testimonianza il fatto che, a partire dal 1911, la documentazione fotografica delle produzioni viene affidata al primo laboratorio fotografico aziendale aperto presso i Cantieri Navali di Sestri Ponente. I Perrone hanno bisogno di immagini che documentino la produzione ma il messaggio deve essere sostenuto da una grande qualità estetica: ha inizio così una incessante sperimentazione sulle inquadrature che, negli anni, giunge a definire alcuni "topoi" compositivi rintracciabili in molte fotografie.
Una delle più interessanti linee di ricerca riguarda, per l'appunto, la produzione seriale. L'intento è mostrare l'efficienza produttiva allineando decine di pezzi prodotti in bell'ordine ma l'estro di alcuni fotografi trasforma il tema conferendo valori stilistici che travalicano le intenzioni didascaliche da cui si era partiti.

Particolare facciata complesso INA-Casa Cornigliano SpA-Pra

L'infilata prospettica di statori ripresi frontalmente mostra chiaramente i pezzi prodotti ma si intuisce una volontà ulteriore, che confina con suggestioni astratte: quei cerchi concentrici si trasformano così nei nostri occhi in composizioni di forme e campiture di varie tonalità di grigio che rendono quasi superfluo il rapporto stretto col soggetto rappresentato e rimandano a esperienze decorative nelle quali contano i rapporti interni all'immagine: vuoti e pieni, chiari e scuri, linee spezzate o curve. Esempio eloquente, l'immagine della facciata di una palazzina Ina-Casa a Cornigliano che nel taglio stretto, decontestualizzato, sembra affermare esplicitamente l'abbandono della corrispondenza col soggetto, così come la fotografia degli interruttori CGE che crea nell'osservatore l'impressione di guardare una trama di segni elementari ripetuta nell'infinito prospettico.
Nel secondo dopoguerra lo sviluppo della ricerca sull'immagine è sostenuto dallo sviluppo delle riviste aziendali e l'ingresso nella società dei consumi è il contesto ideale per sviluppare il ragionamento sulla molteplicità: immagini seriali di produzioni seriali destinate alla società di massa.
È la vigilia di un'altra rivoluzione epocale destinata a cambiare il mondo. L'informatica, punto d'arrivo del processo di automazione, rivoluziona le lavorazioni in tutti campi produttivi e impone la logica della modularità del "bit".
Ragionando sulle immagini digitali, caratteristiche del nostro tempo, sorgono poi nuovi interrogativi sul tema: esiste ancora nel mondo digitale un rapporto tra unico e molteplice?
La fotografia digitale, fatta di punti elementari replicabili identici all'infinito, ha forse proiettato l'immagine nell'era del molteplice originario: lo scatto non produce più una matrice "nativa" unica da cui trarre copie derivate, ma produce direttamente la molteplicità. L'immagine sullo schermo della macchina fotografica è identica, punto per punto, a tutte le copie che faremo in futuro.
Queste sono solo alcune riflessioni sul tema che, come si vede da questi spunti estemporanei suggeriti dal digitale, è sempre attuale e ci spinge ad approfondire lo studio per meglio comprendere il materiale archivistico che giorno dopo giorno mettiamo a disposizione della ricerca.



Stabilimento Elettrotecnico di Cornigliano, Lavorazione di statori, 1922

1921 Ignazio Messina & C.

FULL STEAM AHEAD, SINCE 1921

HIGHLY SPECIALIZED
PROJECT CARGO | CONTAINERS | RO-RO
TRANSPORT SERVICES

messinaline.it

di Giacomo Montanari

A pagine spiegate!

GENOVA
CAPITALE ITALIANA DEL LIBRO
2023

Essere, nel 2023, Capitale italiana del Libro non ha soltanto a che fare con storia e conservazione, quanto anche con la capacità di divulgazione del libro come strumento di mediazione tra istituzioni e cittadini, tra generazioni, tra culture. Quella di Genova e i libri è una storia millenaria, se consideriamo che la Bibbia Atlantica conservata nella Biblioteca Civica Berio risale al secolo XI e rappresentava, per il glorioso Comune, già un oggetto venerabile. Oggi esistono solamente un centinaio di esemplari di volumi pergamenacei di questo genere in tutto il globo. Non solo, Genova è stata anche uno dei centri più importanti del Mediterraneo per la produzione della carta - lo straordinario "new media" grazie al quale la rivoluzionaria invenzione della stampa diffuse il libro in tutto il pianeta - con oltre 150 cartiere che punteggiano il suo entroterra e dove oggi sorge il Museo della Carta. Su quella carta si sarebbe impressa anche l'immagine della città per volontà del pittore e diplomatico fiammingo Pietro Paolo Rubens, quando in Anversa, nel 1622, volle celebrare ed elevare a modello di residenzialità per l'aristocrazia europea i palazzi e le ville genovesi. Ma, venendo a tempi più recenti, nel 1810 nasce nell'odierna via Cairoli la libreria Boeuf, la prima in un'Italia ancora da unificare sotto un'unica bandiera, ma percorsa - e Genova sarà per essi residenza e spazio amato per leggere e soprattutto scrivere - dalle grandi personalità della letteratura internazionale: Dickens, Manzoni, Twain, Stendhal. La candidatura, però, fortemente voluta in sinergia stretta da Serena Bertolucci, Direttrice di Palazzo Ducale Fondazione per l'Arte e la Cultura, e dalla Direzione per le Politiche Culturali del Comune di Genova, si è innestata soprattutto sulle fondamentali reti territoriali rappresentate da "Genova Città che legge" (2020) e il "Patto per la Lettura" (2021), siglato da oltre 60 soggetti. Il libro è, infatti, per Genova un affaire tremendamente contemporaneo, fatto di realtà importanti a tutti i livelli: da chi i libri li scrive a chi li stampa, a chi li legge. Questa rete emerge nella capillare presenza delle civiche biblioteche sul territorio della città, un presidio imprescindibile che costituisce l'ossatura del continuo dialogo con il territorio e che, nel 2023, ha due punte di diamante, facenti parte del patrimonio del Sistema Bibliotecario Urbano. Si tratta di nuove progettualità come l'"Arcipelago della Creatività", volto a fare del libro un vero tramite tra le nuove generazioni e il patrimonio culturale che sarà attivato presso la biblioteca Edmondo De Amicis, il primo istituto bibliografico italiano specializzato nella raccolta, sviluppo e condivisione della letteratura nazionale e internazionale dell'infanzia, fondato nel 1971, e che raccoglie oltre 70.000 volumi, e del "compleanno" della Biblioteca Civica Berio, la più antica biblioteca genovese con i suoi duecento anni di storia, con raccolte inestimabili che comprendono - tra le altre, la collezione di prime edizioni a stampa della Commedia dantesca donate dal bibliofilo scozzese Ewan Mackenzie e la Raccolta Colombiana appartenuta a Paolo Emilio Taviani. Palazzo Ducale costituirà il vero e proprio hub di attività che avranno al loro centro il libro: il dossier di candidatura segnalava con cura la grande opportunità rappresentata da una potenziale sinergia tra eventi espositivi - con vere e proprie mostre, come quella dedicata a Man Ray (attualmente in corso e aperta il giorno successivo alla nomina a Capitale Italiana del Libro) con una sezione tutta dedicata alla stampa d'arte - e kermesse culturali, tra cui spiccano, senza dubbio, La Storia in Piazza, Bookpride e il Festival di Limes. Sono eventi dalla ormai consolidata fama nazionale, guadagnata attraverso proposte sempre di altissima qualità scientifica e di divulgazione a un pubblico sempre più ampio: se La Storia in Piazza e Limes guardano soprattutto a rassegne tematiche, capaci di convogliare l'interesse attraverso attività e lectures di grandi personalità del mondo scientifico, Bookpride rappresenta la fusione tra i diversi mondi che affrontano il tema del libro: un incontro capace di enfatizzare l'importanza e la qualità delle piccole case editrici, una costellazione fondamentale per la pluralità e la democrazia del leggere, indispensabile contraltare dei grandi produttori ed editori e una vera ricchezza che ha - in Italia e a Genova, in particolare - una storia forte e attiva da lungo tempo. Saranno questi i palcoscenici su cui andrà in scena lo spettacolo di Genova come Capitale italiana del Libro 2023: una performance corale, capace di tenere tutti al centro e aperta alle proposte e alle condivisioni delle comunità che, attorno al libro, sempre più sono radicate. È un fatto significativo che, proprio a Genova, sia attiva e florida la Fiera del Libro. Si tratta della Fiera cittadina più antica, indipendentemente dal settore merceologico, mentre la città vanta, ancora oggi, in Italia il più alto numero di bancarelle e librerie dell'usato. Molti di questi librai sono discendenti diretti dei librai pontremolesi: un'affascinante storia di "imprenditori" contadini, molti dei quali analfabeti, che d'inverno compravano libri nelle case riempiendo le loro gerle e d'estate li rivendevano nelle città. A Genova quest'attività si radicò attorno alla Loggia della Mercanzia a fine dell'Ottocento e, oggi come allora, attorno a piazza Banchi esistono queste bancarelle, ricche di preziose e spesso introvabili edizioni, le cui prime licenze furono rilasciate intorno al 1910. Ma, last but not least, il libro è stato proposto come eccezionale attivatore sociale, soprattutto sotto il profilo dell'accessibilità, dell'integrazione e della cittadinanza: dalle aperture di spazi di biblioteca in contesti dove è radicato un pubblico più lontano dalla lettura, alla sperimentazione di biblioteche "viaggianti" tramite mobilità green per permeare con più efficacia le zone più complesse (anche a livello di viabilità) del Centro Storico, fino allo sviluppo di iniziative volte a sottolineare i contatti culturali, per mezzo del libro, con tutte quelle civiltà che, nei secoli, hanno fatto di Genova una città ricca di diverse prospettive culturali, fortemente radicate nel suo pluristratificato e complesso territorio. Una visione sinergica, tessuta solidamente per enfatizzare reciprocamente tutte le attività proposte dai diversi soggetti e innervata consapevolmente e progettualmente sul territorio, costituita soprattutto da attività non ideate ad hoc per un dossier potenzialmente vincente, ma rappresentative di un percorso lungo e strutturato che, da questa nomina, riceverà nuova linfa vitale per vedere innalzarsi la qualità delle offerte e quindi costituirsi come fondamentale punto di relazione tra il libro, la città e i cittadini. Potremmo dire che Genova ha saputo convincere non soltanto per la portata lungimirante dei suoi sogni, ma soprattutto per la concretezza della sua realtà, che la Città farà in modo di consolidare, nel futuro, come best practice italiana in campo culturale. Sempre, naturalmente, "A Pagine spiegate!"

di Michele Corti

È qui la festa?

Dal 24 giugno al 2 luglio una "ondata" di eventi nell'Ocean Live Park, quando Genova sarà capitale mondiale della vela grazie a The Ocean Race.

Il primo "storico" arrivo di The Ocean Race in Italia trasformerà Genova nella capitale mondiale della vela. Partita lo scorso 15 gennaio da Alicante (Spagna), la più straordinaria e dura regata intorno al mondo arriverà nel capoluogo ligure a fine giugno con il "Grand Finale".
Dal 24 giugno al 2 luglio il nuovo Waterfront di Levante, ideato da Renzo Piano, si trasformerà nell'Ocean Live Park, il villaggio di The Ocean Race con numerosi eventi e attività aperte a tutti gli appassionati di vela e non solo. Sport, cibo, musica e sostenibilità saranno i protagonisti di un programma di eventi lungo nove giorni. L'ingresso al villaggio sarà gratuito.
«Il valore di The Ocean Race per Genova, oltre al grande prestigio sportivo dell'iniziativa, è quello di promuovere la nostra città nel mondo: le sue bellezze, le grandi attrattività, l'enogastronomia, il clima, le tradizioni" - sottolinea il Sindaco di Genova, Marco Bucci -. Ma anche i processi innovativi, una realtà in piena evoluzione capace di poter ospitare la fase finale di un evento di livello mondiale come quello che stiamo per vivere. Con questo approccio abbiamo portato Genova nel mondo grazie a The Ocean Race. Nelle tappe di Alicante, Cape Town, Itajaì, Newport, Aahrus e L'Aja abbiamo portato grazie al bellissimo Pavilion di Genova il nostro orgoglio, le nostre bellezze, il nostro stile aspettando il 24 giugno quando toccherà a noi farei gli onori di casa».
Grande attesa per l'arrivo della 14ª edizione di The Ocean Race previsto tra il 24 e il 25 giugno. Ci saranno poi due Pro-Am il 28 e 29 giugno e la "In Port Race" il 1° luglio. La novità, però si chiama "The Ocean Race Legends 50th Anniversary Regatta", evento ideato per celebrare i 50 anni della competizione con la presenza di barche e velisti che hanno scritto pagine storiche del giro intorno al mondo.

Una straordinaria occasione per Genova per la promozione delle proprie eccellenze a livello mondiale e nel segno della sostenibilità. Il 27 giugno, ai Magazzini del Cotone, si terrà infatti l'ultimo Ocean Summit con esperti su oceani e ambienti di livello internazionale per la chiusura del "Genova Process" percorso che mira a scrivere la prima bozza di Carta dei Diritti degli Oceani da presentare all'Onu.

«Ci avviciniamo a un appuntamento storico e atteso - spiega il Presidente di Regione Liguria, Giovanni Toti -. Per la prima volta il giro del mondo a vela, uno degli eventi sportivi più importanti a livello globale, si concluderà nel Mediterraneo, e non in luogo a caso, ma proprio a Genova, sempre di più capitale non solo della nautica, ma anche della vela. Attraverso The Ocean Race abbiamo promosso le eccellenze di Genova e della Liguria a una platea di oltre 2 milioni e mezzo di persone».

Una grande festa per Genova, dentro e fuori il villaggio, con importanti eventi che attireranno molti visitatori da tutta Italia e dall'estero. Il Waterfront di Levante ospiterà le barche protagoniste della regata.

Appassionati e curiosi potranno ammirare le protagoniste del giro del mondo ma anche numerose barche storiche che hanno partecipato in questi 50 anni alla regata più leggendaria. Tra le presenze "speciali" è annunciata quella della Palinuro, la "nave goletta" della Marina Militare Italiana. Presso l'Area della Federazione Italiana Vela, nel Padiglione Jean Nouvel, ci saranno La Foil Academy e la vela paralimpica. Saranno protagoniste tante discipline sportive, tutte da provare. Un piccolo antipasto di quello che sarà un 2024 straordinario con Genova eletta Capitale europea dello sport. Ci sarà la Camera immersiva progettata da ETT che ha incantato i visitatori delle tappe mondiali in cui Genova è presente con il suo Pavilion.

Il pubblico potrà ammirare il Padiglione della Sostenibilità. La One Blue Voice Immersive Experience porterà i visitatori in un viaggio sotto le onde alla scoperta della corsa che protegge l'oceano. Ci saranno anche laboratori didattici per i bambini e, grazie al lavoro sviluppato sul territorio ligure nell'ambito del Learning Program, saranno coinvolti i ragazzi dei centri estivi del Comune di Genova con numerose attività.

Dopo la Call for Innovation promossa da Comune di Genova e Blue District, sarà allestito nel Padiglione Jean Nouvel uno spazio in cui i visitatori potranno conoscere e vedere le migliori "invenzioni" premiate dall'iniziativa. Un Padiglione dell'Innovazione in cui scoprire in anteprima progetti che saranno protagonisti nei processi legati alla sostenibilità e alla tutela dei mari.

All'Ocean Live Park si disputerà anche la finale del "Campionato mondiale del pesto", che sta vivendo tappe entusiasmanti in ogni città di arrivo di The Ocean Race. I vincitori di Alicante, Cape Town, Itajaì, Newport, Aahrus e L'Aja si ritroveranno a Genova per un'appassionate sfida nell'evento ideato da Roberto Panizza.

L'Ocean Live Park proporrà eventi e attività per tutte le età: concerti, intrattenimento, spettacoli, laboratori, corsi introduttivi di vela, attività di gioco ed eSports, esposizioni, sfilate e molto altro ancora. Sarà anche possibile

firmare la petizione di One Blue Voice per la tutela degli Oceani. Un'occasione unica per Genova che si vestirà a festa realizzando un "villaggio diffuso" con numerosi eventi collaterali in tutta la città.
Sarà senza dubbio uno dei più grandi eventi che Genova abbia mai ospitato con un'importante ricaduta sulla città. Sono ufficiali i dati sulla partenza di The Ocean Race che ha generato un impatto economico di 71,6 milioni di euro ad Alicante. L'inizio della regata ha creato oltre 1.200 posti di lavoro a tempo pieno in Spagna e ha attirato più di 300.000 visitatori.
The Ocean Race "Genova The Grand Finale" gode del patrocinio di Presidenza del Consiglio dei Ministri, Marina Militare, Enit, Coni, Ussi. Ministero del Turismo, Regione Liguria, Camera di Commercio di Genova, Autorità Portuale di Genova, Porto Antico di Genova, Blue District e Federvela sono i partner Istituzionali. Iren, FreetoX, Boero Yacht Coating, Banca Passadore, Amico, Esselunga, Ferrovie dello Stato Italiane, Esaote, Rina, Ett, Fastweb e Telepass sono i partner commerciali.●

di Luciano Caprile

Pittore di ciò che viene dall'immaginazione e dai sogni, fotografo delle cose che hanno già un'esistenza.

Man Ray

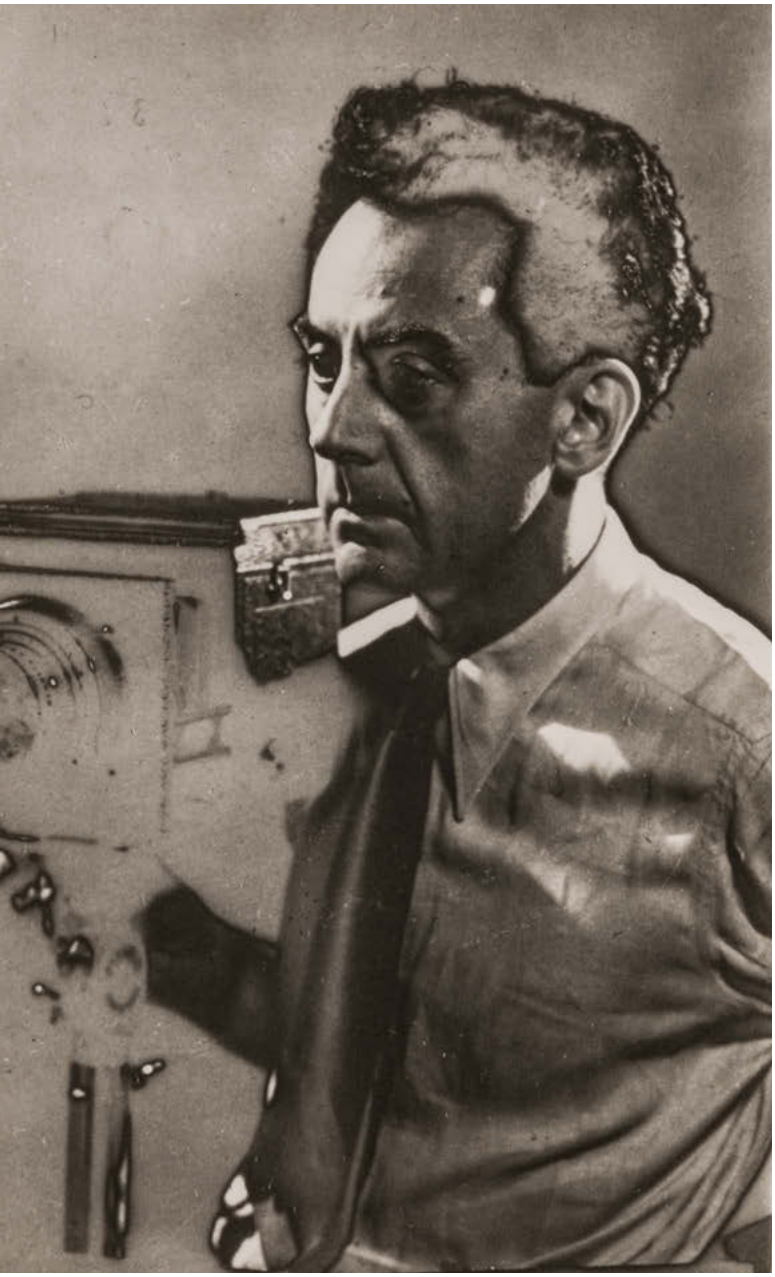
Man Ray, *Sans titre (Self-Portrait)*, 1931 circa, stampa in bianco e nero alla gelatina d'argento, 10.8 x 7.9 cm. Ristampa 1976. Courtesy Archivio Storico della Biennale di Venezia - ASAC, Venezia © Man Ray Trust by SIAE 2023

Nella Parigi dei primi anni Sessanta, dove si consumavano gli ultimi echi delle avanguardie, Man Ray continuava soprattutto ad alimentare nel suo studio le possibilità creative offerte dalla fotografica che aveva iniziato a sperimentare nel 1915 a New York.
Con lui il passato tornava a riproporsi e a rinnovarsi. Quell'uomo gentile, minuto, dagli occhi penetranti e dal sorriso ironico era stato uno dei promotori del movimento "dada" e del surrealismo. Nato nel 1890 a Filadelfia, nel 1921 aveva lasciato gli Stati Uniti e si era trasferito nella "Ville Lumière" dove aveva realizzato, con mirabile tempestività, una delle opere provocatorie che l'hanno reso celebre: «Ero arrivato a luglio in occasione di una mia personale alla "Librairie Six" di Michel Soupault. In compagnia del musicista Erik Satie ero passato davanti alla vetrina di un negozio di casalinghi dove avevo notato un ferro da stiro piatto, in ghisa. L'ho acquistato e, tornato in galleria, ho incollato una fila di chiodi sulla piastra: ho intitolato quella composizione "Cadeau" e l'ho aggiunta ai lavori esposti».
Tre anni dopo sarà la volta del "Violon d'Ingres" concepito in occasione dell'uscita del manifesto del surrealismo: «Mi ero reso conto che il clima culturale era mutato e che al nichilismo dei dadaisti era subentrato quel surrealismo che indagava l'inconscio. Nella circostanza avevo modificato il senso di una fotografia scattata alla modella Kiki de Montparnasse, con cui allora dividevo l'esistenza, adattandola alla maniera del "Nu de dos" di Ingres».

Man Ray. *Le Violon d'Ingres*, 1924 circa, stampa in bianco e nero alla gelatina d'argento, 39 x 29.5 cm. Ristampa 1976.
Courtesy Archivio Storico della Biennale di Venezia - ASAC, Venezia © Man Ray Trust by SIAE 2023

Man Ray. *Les larmes/Le lacrime*, 1930-1932 (1976), stampa in bianco e nero alla gelatina d'argento, 17.5 x 23 cm.
Courtesy Archivio Storico della Biennale di Venezia - ASAC, Venezia © Man Ray Trust by SIAE 2023

Man Ray. *Sans titre (Self-Portrait),* 1931 circa, stampa in bianco e nero alla gelatina d'argento, 13 x 8 cm. Ristampa 1976. Courtesy Archivio Storico della Biennale di Venezia - ASAC, Venezia © Man Ray Trust by SIAE 2023



Quest'ultima opera è l'emblema della mostra che il Palazzo Ducale di Genova gli dedica nell'Appartamento del Doge fino al 9 luglio. Il percorso espositivo si snoda attraverso 340 esempi della sua arte che spazia dalle fotografie ai disegni, ai dipinti, alle sculture e ai film.
Si va dagli esordi newyorchesi per passare agli epici anni Venti e Trenta vissuti in una Parigi creativamente esplosiva grazie anche alla presenza di straordinarie personalità come l'amico e complice Marcel Duchamp; una Parigi abbandonata nel 1940 per motivi razziali (Emmanuel Radnitzky, che aveva scelto lo pseudonimo di Man Ray, era ebreo) e riconquistata definitivamente dopo la guerra per morirvi il 18 novembre 1976 e venire sepolto nel cimitero di Montparnasse.

La prima sezione è dedicata agli autoritratti, che offrono una singolare lettura di una ambigua e sempre mutante identità. Emblematica in tal senso è la fotografia che lo ritrae con la barba tagliata a metà.
Ma anche importanti nomi del suo tempo lo hanno raffigurato: compare per esempio una tela che gli ha dedicato Andy Warhol. La seconda sezione, intitolata "New York", è incentrata sulla stagione del "dada" americano, dove viene esaltato il suo rapporto creativo con Marcel Duchamp a cui viene destinata la successiva sala.
Quindi è la volta del suo arrivo a Parigi nel 1921, accolto dallo stesso Duchamp e dall'intera comunità dadaista tra cui spiccano i nomi di Luis Aragon, Jean Arp, Paul Eluard, Max Ernst e Tzara, autori non a caso dei testi apparsi sul catalogo della mostra d'esordio presso la citata "Librairie Six". Proprio in quel periodo incontra Kiki de Montparnasse, Lee Miller, Meret Oppenheim, ovvero i soggetti privilegiati di quei ritratti che faranno di lui il cantore di un mondo irripetibile. Non a caso le sezioni "Corpo surrealista" e "Corpo, ritratto e nudo" trattano i temi ricorrenti di una sensualità che caratterizza quel suo periodo: partendo da "Larmes" e dalle labbra ingigantite di Kiki che si librano sul paesaggio ("A l'heure de l'Observatoire-Les Amoureux") si giunge alla scultura intitolata "Venus restaurée", ironica e dissacrante riflessione sulla classicità. A cui si aggiungono fotografie di modelle e artiste che Man Ray aveva frequentato in quel periodo di feconda creatività da reinventare ogni volta: «Quando ero nella camera oscura evitavo di proposito tutte le regole, mescolavo le sostanze più insensate, utilizzavo pellicole scadute, facevo le cose peggiori contro la chimica e la fotografia».
In tal modo sono nati i "rayograph". Quindi viene documentato il forzato ritorno negli Stati Uniti caratterizzato da anni in ritiro solitario dove egli si riappropria della prima passione, la pittura.
Ma che cosa significava per lui la pittura? «Dipingo ciò che non si può fotografare, ciò che viene dall'immaginazione e dai sogni o da una pulsione inconscia. Fotografo invece le cose che non voglio dipingere, le cose che hanno già un'esistenza».
Ma la fotografia non scompare: lo dimostra la serie "50 Faces of Juliet", ispiratagli dalla ballerina e modella Juliet Browner, musa di questo frammento della sua vita, realizzata tra il 1941 e il 1955.
E non trascura neppure quei "ready made" che lo hanno reso altrettanto celebre: in mostra appare "Mr Knife and Miss Fork", una composizione caratterizzata dalla presenza di un coltello e di una forchetta ai lati di un piatto per un improponibile pasto.
La sezione finale è dedicata al suo ritorno a Parigi dove si dedica a una rilettura e a un aggiornamento del proprio percorso. Il suo contributo all'evoluzione del cinema d'avanguardia è invece testimoniato dalla proiezione in una sala apposita di irripetibili pellicole come "Le Retour à la raison" del 1923, "Emak Bakia" del 1926 e "L'étoile de mer" del 1928.
La mostra "Man Ray. Opere 1912-1975", a cura di Walter Guadagnini e Giangavino Pazzola, è accompagnata da un catalogo edito da Dario Cimorelli, in cui compaiono i testi dei due curatori e un saggio di Matteo Fochessati.●

Man Ray. *Dora Maar (composition à la petit main),* 1936, stampa in bianco e nero alla gelatina d'argento, 22.4 x 17.3 cm. Riproduzione da fotografia originale, 1976. Courtesy Archivio Storico della Biennale di Venezia - ASAC, Venezia © Man Ray Trust by SIAE 2023

Ricerca e sorpresa

Oltre cinquanta opere di Rino Valido esposte nel Bresciano, al Museo della Carta di Toscolano Maderno.

Insieme, 2010, olio su tela, 150x100 cm - ph. Armando Pastorino

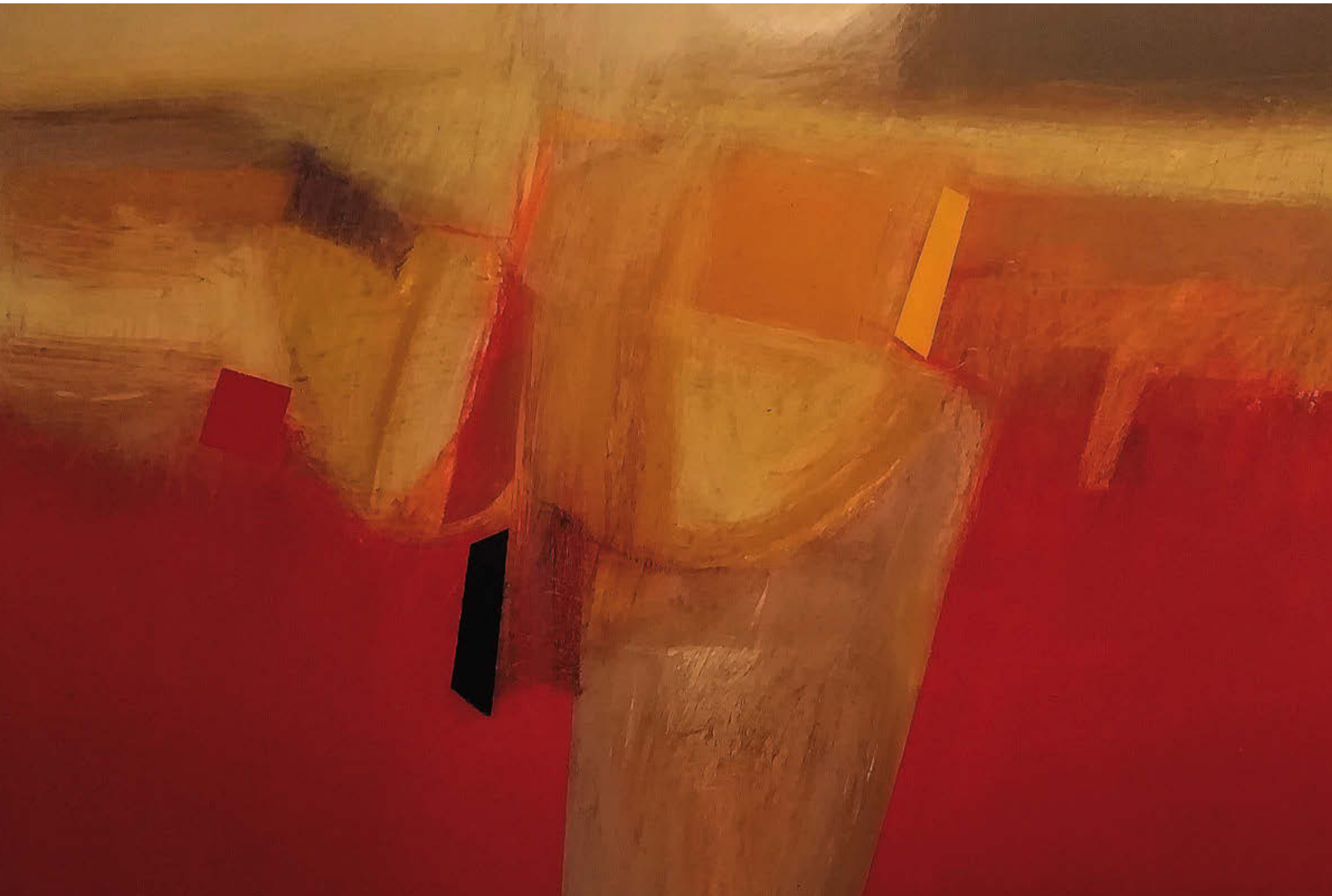
Il tempo trattenuto nello spazio. Sembrerebbe questa una delle prerogative essenziali della pittura di Rino Valido che riesce a tradurre l'immagine percepita dallo sguardo in essenziali pennellate per un folgorante "panorama" da consegnare all'osservatore. Uno spazio da identificarsi e da consumarsi nell'attimo che lo ha catturato. Questa è la conseguenza della sua scoperta della Camargue di tanti anni fa, che ha radicalmente cambiato il suo approccio sulla tela e sulla carta: da pittore figurativo, dotato di una essenziale eleganza formale, è diventato un informale che potremmo definire "lirico", nel senso che l'incanto poetico suscitato dall'incontro con quell'impagabile paesaggio del sud della Francia gli è rimasto nel gesto e nell'anima, ed egli da allora lo dispensa in ogni opera. Addirittura si avvale, quando gli è possibile, del collage o di certi suggerimenti del supporto per alimentare un senso di magia da trasferire a chi contempla, in modo da renderlo complice, in modo da farlo entrare più facilmente in siffatta logica compositiva.

Sotto tale aspetto la carta, un certo tipo di carta, assume un ruolo non secondario nell'accensione della creatività. La mostra che gli dedica il Museo delle Cartiere di Toscolano Maderno, in provincia di Brescia, a partire dal 20 maggio fino al 30 luglio, ne è un significativo esempio. Negli oltre cinquanta lavori esposti nella circostanza dal-

l'artista ligure si può scoprire la ricerca e la sorpresa di certe discontinuità che gli suggeriscono il percorso da intraprendere col pennello per una traccia, per un richiamo di tonalità, per la ricerca di contrasti, per un rapido alimento alla narrazione. Senza smarrire per un attimo il fascino di un impatto visivo che trasmette a ciascuno un lampo di memoria, il desiderio di maggior conoscenza.
Perché tutto questo? Perché ognuno di noi conserva, in maniera magari inconscia, la propria "camargue", il luogo nostalgico dove rifugiare la speranza, un luogo che si può ritrovare per incanto nei racconti pittorici di Rino Valido. E ciò avviene sia nelle opere di grandi dimensioni sia in un foglio di piccolo formato che assume il ruolo di preziosa reliquia, di alimento al desiderio di recuperare quel luogo ideale e quindi una parte purtroppo dimenticata o trascurata di noi stessi.
Anche sotto tale aspetto il museo che accoglie questa rassegna assume un ruolo importante: esibisce radici risalenti al Quattrocento che trattengono la memoria di tutte le carte, di tutti i pensieri e di tutte le icone a queste collegate. Un motivo in più per entrare delicatamente in un mito e per riconoscersi.
Questo è dunque il dono di Rino Valido a chi si immerge con lui e con le sue opere in questo viaggio da tradursi in una maggior conoscenza di sé. E, nel tempo convulso e accelerato che viviamo, non mi sembra poco.● (L.C.)

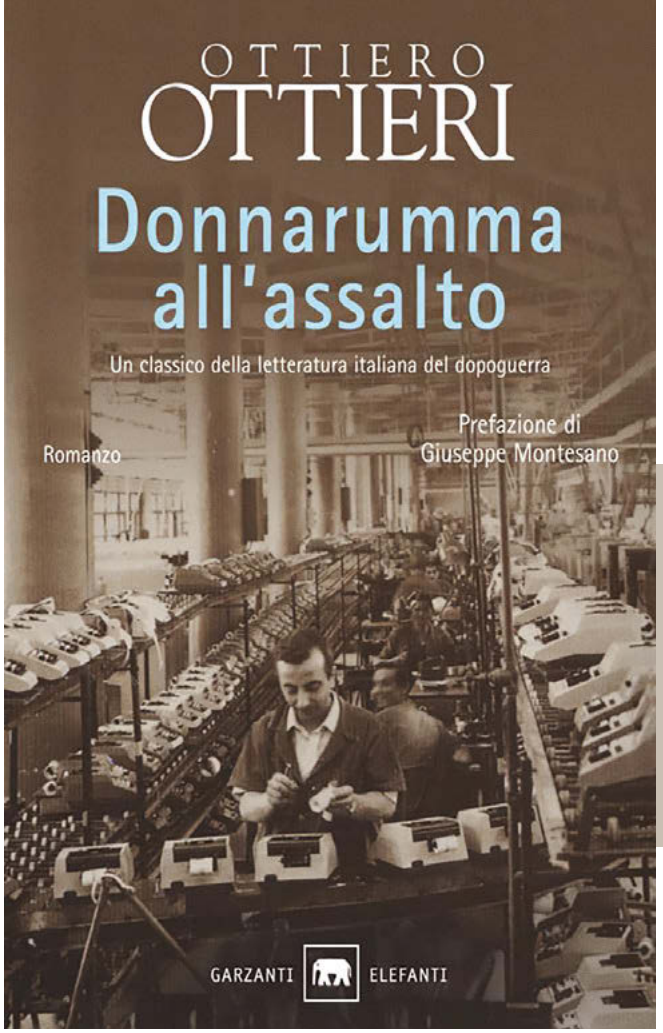
Al passaggio della nave, 2023, olio su tela, 100x100 cm

Le CARTE, 2023, 35x50 cm



COSA CI RENDE IL PRIMO OPERATORE GATEWAY IN ITALIA?

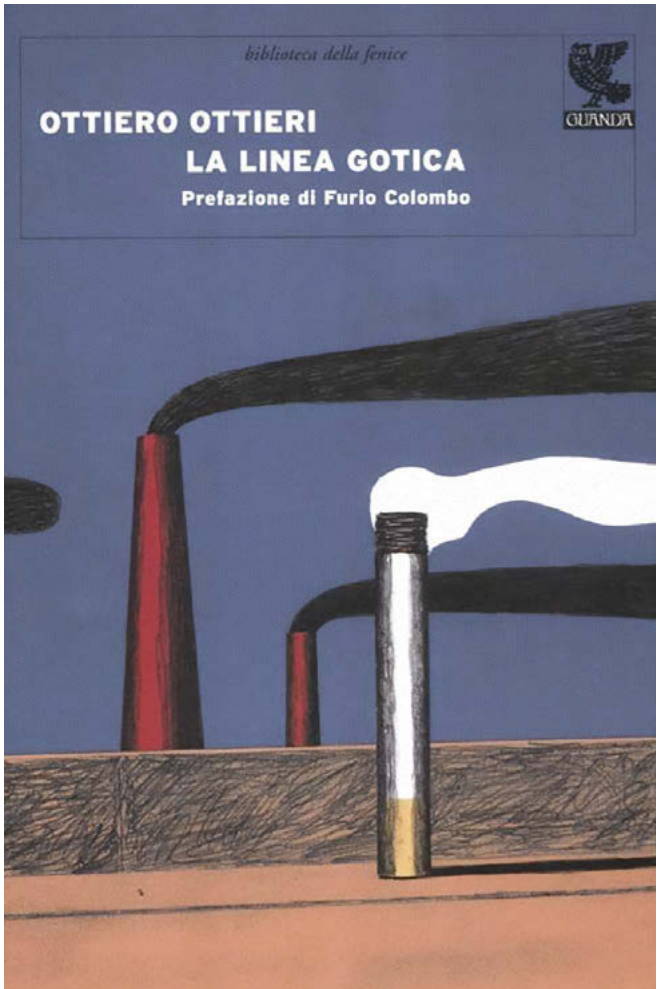
Scoprilo su www.psaitaly.com



di Massimo Morasso

Ottiero OTTIERI

Spunti sociologici dai contesti industriali.



Oggi la letteratura industriale si muove nei territori tematici e immaginativi della post-fabbrica. A quelli incentrati su splendori e miserie della classe operaia si è sostituita negli ultimi tempi una discreta serie di romanzi sul precariato o sui manager stressati. Se poco più di sessant'anni fa su "Il Menabò" Elio Vittorini poteva definire le officine un "mondo impossessato" dagli scrittori (perché osservato, in fondo ancora in ottica "borghese", secondo prospettive naturalistiche al soldo di voluttà d'indagine documentaristica), nessuno più, ormai, sospetta della liceità per uno scrittore di romanzi, racconti o reportage, di affondare il proprio scandaglio introspettivo nei centri direzionali o nei corridoi di aziende e multinazionali. Alcuni nuovi autori lo fanno, con risultati socio-antropologicamente interessanti e buoni esiti di vendita, ed è nostra intenzione parlarne, con dovizia d'esempi, nei prossimi numeri di "Genova Impresa". Tuttavia, non sembra opportuno avviarsi ad affrontare la viva materia del contemporaneo della letteratura d'industria senza aver almeno accennato all'opera di qualcuno degli intellettuali che hanno fatto perno intorno alla fabbrica-comunità di Adriano Olivetti, negli anni '50 del secolo scorso, testimoniando di un riuscito, "favoloso", e pur sempre ancora possibile, connubio tra imprese eco-

nomiche e letteratura. Si tratta di una stagione per molti aspetti lontanissima, quella degli anni della ricostruzione e del boom - quando libri e riviste si diedero il compito di accendere il dibattito sulle aziende e sul ruolo degli intellettuali al loro interno, tentando di descrivere il microcosmo-fabbrica e il macrocosmo dei rapporti di produzione con l'obiettivo di evidenziarne e denunciarne difetti e contraddizioni. Eppure, nonostante la quantità d'acqua passata, nel frattempo, sotto i ponti, quella è una stagione a tutt'oggi largamente da ripensare, e con la quale, soprattutto, occorre confrontarsi per verificare il senso e la portata del reflusso etico-politico che ci ha portati dall'engagement anni '60-'70 (pronunciato alla francese) all'engagement meramente aziendalistico dei nostri giorni (la tecnica che consente di abbattere le distanze tra brand e cliente, pronunciato all'inglese). Anche perché proprio il nostro paesaggio mentale abitato dall'immagine fluida della post-fabbrica offre il contesto storico dal quale poter fare piena luce sui modi in cui i più percettivi e abili fra gli scrittori di sessanta, settant'anni fa, grazie al contatto in presa diretta con la fabbrica, hanno saputo montare e smontare teorie, utopie, ideologie e linguaggi, offrendoci un'inedita visione di un rapporto che, nel post-moderno avanzato, sta diventando sempre più centrale e rilevante: il rapporto uomo-macchina. Quella visione in fieri, anche, come ovvio, per differenza, ci resta insieme come un compito e un'eredità, che ha ancora tanto da farci fruttare.

Più, forse, di Libero Bigiaretti, Giancarlo Buzzi, Franco Fortini e Geno Pampaloni, nell'astrale galassia olivettiana d'autore spiccano le stelle Paolo Volponi e Ottiero Ottieri. Nella biblioteca ideale di chi, in Italia, ha a cuore il nesso industria-letteratura, non possono mancare due "classici" pressoché sempreverdi di Ottieri: "Donnarumma all'assalto" e "La linea gotica". I titoli diversamente guerreschi di entrambi questi libri rimandano, ciascuno a proprio modo, ai problemi della classe operaia e alle tensioni socio-politiche che agitavano gli anni del cosiddetto miracolo economico. Leggendo il primo, che ha al centro un disoccupato senza qualifiche disposto a tutto pur di avere un posto nella luminosa fabbrica aperta al Sud dall'Olivetti, più del plot, e più della descrizione del contrasto tra il progresso tecnico e materiale e l'arretratezza culturale del nostro meridione, a colpirci sono gli spunti saggistici di taglio sociologico ed esistenziale, come per esempio questo: «L'aziendalismo è l'amore umano, inevitabile ma orgoglioso, al proprio lavoro, al marchio di fabbrica; ma anche la rinuncia a capire, a confrontarsi con altri marchi di fabbrica e a partecipare una vita più larga. L'aziendalismo è il rifugio di una società cui non si crede, in cui non si spera più». Nella prefazione dell'edizione di "La linea gotica", uscita per Guanda undici anni fa, Furio Colombo ne ha scritto come di "un libro che deve essere letto oggi", evidenziandone la natura, a suo dire, addirittura profetica. Costruito per frammenti narrativi spesso di straordinaria suggestione, questo diario inquietissimo interseca di continuo memoria privata e collettiva, e sembra tracciare ante litteram tanta parte della Storia a venire, beninteso se si riesce a leggerlo, al di là della "lettera" che lo inchioda al suo tempo, come andrebbe letta la grande letteratura, che è una metafora metastorica della realtà. Le preziose riflessioni sul "fattore umano" di Ottieri sfruttano la nevrosi e le ossessioni di chi le ha concepite come lenti d'ingrandimento. Ciò che ne esce è un testo scritto "non col mestiere, ma con la vita", che va oltre qualsiasi analisi economica, sociale e psicologica, condensando per virtù estetica interi saggi. Di fronte a libri come questo, si avverte con chiarezza come la frattura che da più di mezzo secolo divide, nella nostra cultura, industria e letteratura, la realtà (la società) che "produce" e quella che "parla", non è, in fondo, che un aspetto di una schizofrenia culturale.

• • •

Con Paolo Volponi, Ottiero Ottieri (1924-2002) è stato probabilmente il più acuto interprete creativo di quell'impegno socio-culturale che nell'aura di Adriano Olivetti si concretizzò, negli anni tra i '50 e i '60 del Novecento, in una letteratura "di fabbrica" d'avanguardia, sospesa tra narrativa e saggistica, tra documento asettico e coinvolgimento umano.

Nato a Roma da genitori toscani, Ottieri si è laureato in Lettere alla Sapienza a soli ventun anni, con una tesi su Leon Battista Alberti. Spostatosi a Milano, ha incominciato a lavorare nell'ufficio stampa della Mondadori. Nel 1950, a Lerici, ha sposato Silvana Mauri, nipote di Valentino Bompiani. L'anno dopo era già direttore della rivista mensile di divulgazione scientifica *La Scienza Illustrata*, iniziando per questa via a conoscere in prima persona il mondo della tecnica correlata all'industria del primo dopoguerra, e a interessarsi dei difficili rapporti umani fra l'operaio e la macchina.

Nel 1953, è stato assunto all'Olivetti con l'incarico di selezionatore del personale. Trasferito nella nuova fabbrica di Pozzuoli, di lì a poco ha scritto il suo primo libro "industriale", *Tempi Stretti* (Einaudi 1957), dove protagonista è il mondo della fabbrica visto dal suo interno, in un momento di trasformazioni e di lotte. Due anni dopo ha dato alle stampe *Donnarumma all'assalto* (Bompiani 1959), il suo romanzo di maggior successo, direttamente ispirato dalla sua esperienza di selezionatore del personale. Il vero *imprimatur* per la pubblicazione di questo fortunato romanzo gli venne proprio dal suo patron Adriano Olivetti. Tornato a Milano, temendo di non aver abbastanza tempo per scrivere, Ottieri si è accordato con Olivetti per un nuovo contratto di consulente part-time. Collaboratore de *Il Mondo* con articoli d'attualità e racconti, dalla metà degli anni Sessanta fino ai Settanta ha proseguito quest'attività giornalistica anche con il quotidiano *il Giorno*.

Giudicando molto significativo un diario che Ottieri aveva scritto durante gli anni del suo impegno nel mondo dell'industria, Italo Calvino gli suggerì di pubblicarne alcuni pezzi sulla rivista "Il Menabò". Gli stralci prescelti sono usciti con il titolo di *Taccuino Industriale* nel 1961, consacrando Ottieri come pioniere della "letteratura industriale". Nel 1963 l'intero diario è stato poi stampato e commercializzato da Bompiani con il titolo *La linea gotica*, libro che ha vinto, nello stesso anno, il Premio Bagutta.

Tra i tanti volumi che Ottieri ha pubblicato una volta conclusa la sua stagione "industriale", si ricordano almeno *L'impagliatore di sedie* (Bompiani 1964), *Il campo di concentrazione* (Guanda 1972), *L'infermiera di Pisa (Garzanti 1991), Diario del seduttore passivo (Giunti 1994), La psicoterapeuta bellissima (Guanda 1994), Il poema osceno (Longanesi 1996), De morte (Guanda 1997)* e *Cery (Guanda 1999).*

Il bello dei Sogni è realizzarli.

Con Taycan Performance Leasing, a partire da 572€/mese.

Qualunque modello e variante Taycan tu scelga di guidare: Berlina, Sport Turismo e Cross Turismo. Allestimento Pure Green Emotion incluso.
Maggiori informazioni su alessandria.porsche.it e presso il Centro Assistenza Porsche Genova.

Centro Porsche Alessandria
Erre Esse S.p.A.
S.S. per Alessandria 25/C, Tortona
Tel. 0131 824 911

Taycan
PERFORMANCE LEASING

Filiale Service:
Centro Assistenza Porsche Genova
Via Adamoli 347, Genova
Tel. 010 83 51 911

Esempio per Taycan Prezzo di vendita € 91.969 IVA inclusa, escluso IPT e messa su strada. Leasing Porsche Financial Services Italia Spa: durata 36 mesi. Anticipo, spese e bolli: € 22.470,56. 35 canoni mensili da € 572,27 cadauno. Riscatto finale opzionale garantito dal Centro Porsche di € 52.422 (max 10.000 KM annui). Spese istruttoria pratica € 366. Spese di incasso canone € 6,1. Tutti i valori IVA inclusa ove prevista. TAN fisso 3,50%. Tasso Leasing 3,56%. TAEG 6,33% comprensivo della copertura assicurativa pacchetto Furto/Incendio (prov. MI) disponibile a partire da € 127,91 mensili per tutta la durata della locazione in presenza di antifurto satellitare approvato dalla casa automobilistica. Importo totale dovuto dal richiedente € 42.713,51 (escluso riscatto finale opzionale). L'offerta è valida per acquisti entro il 30/06/2023 e immatricolazioni entro il 31/12/2023. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Per ulteriori informazioni consultare anche i Fogli Informativi/Informazioni europee di base sul credito ai consumatori disponibili presso i Centri Porsche aderenti all'iniziativa e sul sito internet www.porsche.it/pfsi, salvo approvazione PFSI. Consumo elettrico combinato (varianti modello): 23,4 - 22,0 kWh/100 km. Emissioni CO_2 combinate: 0,0 g/km

PORSCHE

S MB 2472
HI, LIFE.
NUOVA CLASSE B.
Design sportivo con interni versatili ed MBUX di nuova generazione. Oggi anche con nuovi motori ibridi.
Vivila da
Novelli 1934
Mercedes-Benz
Classe B | WLTP | Consumo di carburante combinato 0,9 - 7,7 l/100 km; emissioni di CO_2 combinate: 20 - 176 g/km
Novelli 1934 S.r.l. Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz
Genova, Via di Francia 34r, tel. 010 6432 1780