

humane world

MAGAZZINE



HIGHLIGHTS

**ECONOMIA, AMBIENTE,
SOCIALE. MA COS'È
SOSTENIBILE?**

**LE START UP CHE
CAMBIERANNO IL FUTURO**

**UNA LEADERSHIP SENZA
TROPPE REGOLE**

L'AI CHE FA PAURA



04	Editoriale Isabella Zotti Minici	What's up now Mario Ambrosi	32
06	Ricerca & Innovazione Paolo Giopp	Media Partnership Galileo Riccardo Sandre	34
08	Progetti&Startup Matteo Di Biagi	Salute&Innovazione Fabrizio Dughiero	36
10	Leadership & Business Enrico Del Sole	Lifestyle Culture Giulio Scarpati	38
12	Media Partnership Galileo Riccardo Sandre	Media Partnership Fòrema Mauro Pigozzo	40
14	Business Innovation Marco Ramilli	Economia&Sostenibilità Nunzio Ingiusto	42
16	Startup Le Village NLCOMP	Università&Imprese Paolo Gubitta	44
18	HWM Interviste Andrea Grieco	What's up now Federico Diomeda	46
20	Intelligenza Artificiale Pietro Orciuolo	HWM Interviste Carlos Santos	48
22	Media Partnership Fòrema Mauro Pigozzo	Economia&Sostenibilità Silvia Gross	50
24	Evoluzione&Tecnologia Roberto Siagri	New Generation Pietro Boniciolli	52
26	Food&Health Mara Thiene	Consigli di lettura	54
28	Startup Le Village HOOOLY	Podcast	56
30	HWM Interviste Chiara Mio	Credits	58



Isabella Zotti Minici
Direttore responsabile di
Humaneworldmagazine

LA VERSIONE DI HUMANEWORLDMAGAZINE

Mi chiedo spesso che senso abbia una rivista sulla sostenibilità e l'innovazione, quando ne esistono già un numero spropositato, di nazionali e internazionali.

Sostenibilità e innovazione, non sono nemmeno più termini di moda ma un mantra per qualsiasi discorso, anche tra i non addetti. Poi leggo che Padova è tra le finaliste a Capitale Europea dell'innovazione. Chi se lo sarebbe mai aspettato? E scopro anche che questo è il frutto di un prezioso e costante lavoro che ha coinvolto l'intero territorio, dalle istituzioni ai corpi intermedi, dalla finanza al mondo della scuola e, non per ultimo, all'intero sistema industriale. E allora mi rispondo che sì, forse Humaneworldmagazine ha un senso.

Negli ultimi cinque anni abbiamo assistito alla nascita di un vero e proprio "Ecosistema dell'Innovazione", che ha visto Padova porsi in modo baricentrico rispetto a una nuova visione della città, informata a una logica del fare grazie anche alla realizzazione del "Kilometro blu". Blu è il colore dell'innovazione, e nell'asse che va dalla stazione alla Stanga in questi ultimi cinque anni sono nati il prestigioso e tecnologico Centro Congressi, la nuova sede di ingegneria in Fiera, gli incubatori e gli acceleratori di start-up all'interno del parco scientifico tecnologico Galileo e del modernissimo Village dell'Innovation di Credit Agricole, che ospita tra l'altro la nostra redazione come fosse una start up innovativa, lo SMOACT Competence Center del Nord Est per le soluzioni 4.0., l'Innovation Center di Afast-Accentur per il mercato innovativo finanziario.

Tra un po' vedremo anche la nuova sede dell'Istituto Italiano di Design del Galileo Visionary District, il Palazzo delle esperienze con i laboratori dell'Università di Padova, mentre altri importanti progetti sono in fase di avvio, come il futuribile e sostenibile Data Center che, con i suoi 110 Mwh di impianto solare, garantirà la business continuity e la cybersecurity non solo alle imprese del Nord Est ma anche a quelle nazionali e internazionali.

Quest'area tecnologica ultramoderna aprirà quindi la strada a un nuovo concetto di città, più a misura d'uomo, più verde, più sana e attenta all'impronta am-

bientale. E in più, creerà finalmente anche un territorio capace di costruire reti virtuose, scusa se è poco. Studiando gli ecosistemi d'innovazione nelle città secondarie di Galway, Raleigh-Durham, la valle della Ruhr e la Via Emilia, Giulio Bucini e Giancarlo Corò hanno identificato un modello equo e democratico per la competitività dei territori. Connettività globale, grazie alla presenza di gruppi multinazionali, interazione tra università e imprese, finanza locale per l'innovazione imprenditoriale sono i tre ingredienti fondamentali secondo i due studiosi per rendere competitive le città secondarie. Solo così si possono costruire polis vibranti e attrattive per i talenti e per il capitale finanziario. Padova l'ha ben compreso.

In questo effervescente contesto in cui l'open innovation, inteso come sviluppo collaborativo di idee tra soggetti diversi, è diventato un fatto concreto, è nato Humane World Magazine per offrire la possibilità a tutti gli stakeholder, alle associazioni, alle istituzioni, ai giovani, alle imprese di prendere parte alla definizione di un processo strategico destinato a migliorare la qualità di vita delle comunità.

Abbiamo raccontato, e vogliamo continuare a farlo ancora per molto tempo, esperienze virtuose del territorio ma anche del mondo, aperte finestre su quello che accade negli altri Paesi e verificato i risultati raggiunti dai vari progetti, perché se non lo misuro, l'impegno non esiste.

Ma soprattutto abbiamo voluto considerare ogni storia dal punto di vista umano, storie reali di ciò che gli individui, le comunità e le aziende stanno facendo ogni giorno per proteggere l'ambiente e assicurare un futuro positivo alle nuove generazioni. Abbiamo anche voluto rendere umana la tecnologia e l'innovazione per la sostenibilità, perché tutti potessero comprenderla.

Siamo giovani, ma nei nostri primi due anni di vita abbiamo raggiunto risultati sorprendenti. Il numero delle visite al magazine on line ha raggiunto quasi 14.000 lettori, abbiamo pubblicato oltre 1000 articoli sui tre temi cardine della twin transition: leadership, sostenibilità, innovazione, segnalato oltre 400 eventi, suggerito 100 letture, 40 podcast, 50 video, raccontato 83 progetti, 60 iniziative di millennials e 60 storie virtuose. Abbiamo dato voce alle start up de Le Village by CA e di Galileo VD nelle Humane stories, prodotte da noi, raccontando chi si è distinto per l'impegno, la sostenibilità, l'innovazione e la leadership.

Uno sforzo ambizioso il nostro, reso possibile da tre attori illuminati del sistema dell'innovazione: il Parco tecnologico Galileo Visionary District, Confindustria Veneto est con la sua agenzia di formazione Forema e Le Village dell'Innovation by CA. A tutti loro un grazie di cuore.

Forse continueremo ad essere dei sognatori, dei visionari, ma più andiamo avanti e più ci rendiamo conto che il futuro non aspetta i tempi lenti dell'umano. C'impegno quindi, caparbiamente, a comunicare

a più persone possibili che un modo diverso di vivere è a portata di mano, basta soltanto vincere la pigrizia, l'inerzia e la paura del nuovo per riuscire a ottenerlo. Per questo abbiamo pensato anche ad un'edizione cartacea del magazine, che potesse raggiungere un numero sempre più alto di lettori, e regalasse quella magia che manca all'on line, il tatto e l'olfatto. Profumo (buono) di carta.

Magari non sarà così immediato cambiare mentalità, saranno necessari tempi lunghi per metabolizzare i mutamenti indotti da un mondo che corre veloce, ma se non iniziamo a considerarli e condividerli mai arriveremo al nostro obiettivo. Potremmo fare scelte diverse, perché no? Forse, come afferma Jonathan Franzen nel suo ultimo La fine della fine della terra, è anche già troppo tardi e la catastrofe è imminente. Eppure un barlume di speranza c'è ancora se, come scrive sempre Franzen nell'epilogo, "anche in un mondo che muore continuano a nascere nuovi amori". E noi è su questo che contiamo, convinti comunque che valga la pena di tentare.

« Anche in un mondo che muore continuano a nascere nuovi amori »



33 | anni di storia
4 | divisioni servizi
47 | docenti
250 | allievi della Scuola Italiana Design
88% | tasso di occupazione



Paolo GIOPP
Presidente Parco Scientifico
Tecnologico Galileo VD

Ricerca&Innovazione

GALILEO VD E LA COMPLESSITÀ

“L’innovazione è l’argomento centrale della prosperità economica”. A dirlo Michael Porter, docente ad Harvard, uno dei principali economisti contemporanei.

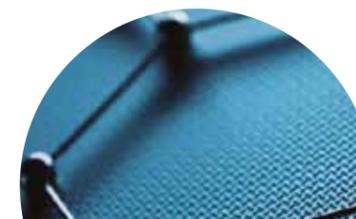
Lo è soprattutto per le aziende, essendo la principale arma di cui dispongono per competere con successo sul mercato.

In un contesto in cui le scienze e le tecnologie abilitanti si fanno via via più raffinate, è l’elemento della complessità la sfida che il Parco Scientifico Tecnologico Galileo Visionary District raccoglie ogni giorno, fin dalla sua nascita. Quindi non solo oggi innovare è più complesso ma bisogna farlo anche più velocemente. I cicli di vita dei prodotti e dei servizi si sono accorciati sensibilmente. Parco Galileo mette a sistema quotidianamente i vari attori di questo mondo affascinante e sempre più interconnesso. Un mondo in cui nessuno basta più a sé stesso: gli enti di ricerca, le Università, gli stessi ricercatori ma anche la finanza del venture capital, il mondo dell’open innovation e delle startup, quello della formazione, delle categorie economiche e delle imprese possono, e devono, collaborare per concorrere all’evoluzione costante del territorio, garantendone competitività e forza sui mercati internazionali. Per le imprese che hanno intrapreso una strada verso l’open innovation, comprendendo che il know how non è più sufficiente e conviene contestualmente sviluppare una cultura del know where Parco Galileo è uno degli indirizzi da tenere in evidenza.

Il Parco supporta le startup fin dalla fase di Proof of Concept affiancando i ricercatori delle più prestigiose università italiane e internazionali nella trasformazione di brevetti e tecnologie in prodotti e servizi spendibili sul mercato grazie a partner come Obloo-Venture Capital, il Mib di Trieste, il Lef di Pordenone e molti altri. Le nuove imprese vengono coadiuvate nella loro strutturazione attraverso una gamma di servizi dell’incubatore Start Cube e poi possono proseguire nel percorso di crescita grazie alla preziosa atti-

vità svolta dall’Acceleratore d’impresa Le Village by CA Triveneto. L’affiancamento quotidiano al tessuto economico trova sostanza anche nei servizi di Match, la divisione nuovi materiali del Galileo, che offre alle aziende percorsi di consulenza e di innovazione di prodotto basati su un archivio vastissimo di materiali applicabili direttamente ai processi industriali. L’accompagnamento alle PMI è svolto anche dalla divisione R&D che può fregiarsi di un notevole track record di interventi di consulenza nella definizione di prodotti e servizi ad alto tasso di innovazione. Scuola Italiana Design è impegnata nel dare soddisfazione alla sete di giovani talenti del nostro territorio. Operano su questo obiettivo 47 docenti che quotidianamente mettono a disposizione di oltre 250 ragazzi le loro professionalità ed esperienze. L’eccellenza di questa realtà ha avuto, recentemente, il riconoscimento dal Ministero dell’Università e della Ricerca, in quanto divisione di formazione del Parco Galileo, come ISIA (Istituto Superiore per le Industrie Artistiche). E’ un risultato tanto atteso che permette ai nuovi iscritti di accedere a un diploma accademico di primo livello in “Design e comunicazione (DIPL02)” assimilato ad un diploma di Laurea Triennale. Sino ad oggi, prima ancora di ricevere il riconoscimento del Mur, in SID il tasso di occupazione ad un anno dal diploma e nello stesso settore di studio raggiungeva l’88,3%.

Nel corso dei 33 anni della sua nascita, il Parco Galileo e le sue 4 divisioni hanno offerto i loro servizi a centinaia di Pmi del territorio come pure a grandi multinazionali dei settori dell’arredo, delle nuove tecnologie, dell’elettrodomestico, del food, della moda, della meccanica, della catena del freddo e dell’occhialeria, in una contaminazione continua tra le istanze dei grandi gruppi globali e quelle delle Pmi.





Matteo Di Biagi
Sindaco de Le Village by
CA di Padova

Progetti&Startup

I VILLAGGI DELLE START UP

Tutto ha inizio nel 2014, quando uno dei più importanti player mondiale nel settore bancario assicurativo, Credit Agricole, decide di realizzare un progetto un po' visionario e lo chiama Le Village by CA.

Il primo Village by CA nasce a Parigi, a cui in meno di dieci anni ne seguono molti altri, fino ad arrivare ai 45 hub di oggi. In Italia, il primo viene realizzato a Milano nel 2018, poi a Parma nel 2020 e **Le Village by CA Triveneto** nel 2022. Seguiranno, tra quest'anno e il prossimo, il Village delle Alpi in Valtellina e il Village di Catania.

Lo scopo di questo network è strutturare uno dei più importanti ecosistemi per l'**innovazione** a livello europeo, che già oggi può contare su 1300 startup accelerate e più di 800 aziende partner, con l'obiettivo di mettere in collaborazione le **startup** innovative con le aziende corporate, per avviare processi d'innovazione aperta. Il tutto completato dal coinvolgimento sinergico dei principali attori dell'innovazione e della ricerca presenti sul territorio dove esistono i Village. Insomma, degli spazi virtuosi in cui le Università, gli Incubatori, i parchi scientifici e altri enti possano trovare modo di collaborare confrontandosi. Nonostante la rete sia internazionale, ogni Village ha una forte connotazione territoriale e si rivolge alle aziende e agli innovatori locali.

Le Village by CA Triveneto, nato da un progetto di Credit Agricole, è stato immediatamente accolto con entusiasmo dai principali stakeholder locali, tra i quali la Camera di Commercio, il Parco Scientifico e Tecnologico di Padova, la Fondazione CariPaRo, Confindustria Veneto Est e l'Università di Padova, che hanno deciso di condividerne il progetto.

Oltre a questi, che fanno quindi parte della compagine societaria, nel tempo sono state sottoscritti accordi con altre Università, altri Parchi scientifici e molti in-

cubatori o aree scientifiche del Triveneto.

Oggi **Le Village di Padova** conta **50 startup e 20 aziende partner** che collaborano attivamente in progetti d'innovazione nel **settore manifatturiero** attraverso l'intelligenza artificiale, su **tematiche ESG di sostenibilità e tecnologie innovative** che rappresentano il futuro del nostro tessuto economico. Tanto per fare qualche esempio, a poco più di un anno dall'inaugurazione del Village Triveneto sono state diverse le attività di collaborazione che si sono create con Confindustria Veneto Est sui temi della sostenibilità, con la Scuola Italiana Design del Parco Scientifico e Tecnologico Galileo grazie all'evento Design4Startup, con lo Smart Competence Center relativamente ai bandi per l'innovazione, con l'Università nel Master in Open Innovation, al Contamination Lab con il concorso StartCup Veneto.

Per il futuro, contiamo di rafforzare il Village Triveneto come riferimento per le startup del nostro territorio e le corporate che vogliono tenersi aggiornate sui trend dell'innovazione. Nel **2024** ci siamo posti l'**obiettivo** di superare le **60 startup** in fase di accelerazione, ricercando soprattutto i progetti basati su idee in ambito **Intelligenza Artificiale**.

È su questa tematica, infatti, che vorremo sempre più sviluppare tecnologie e opportunità di formazione per le aziende, considerata la pervasività dell'AI nei prossimi anni.

Guardando oltre il Triveneto, stiamo spingendo per aumentare le sinergie con il network internazionale, e guardiamo con molta attenzione l'apertura del prossimo Village by Credit Agricole a Catania.





Enrico Del Sole
Presidente Forema

Leadership&Business

LA LEADERSHIP ILLUMINATA

“Penso che una volta la leadership significasse imporsi; oggi è possedere le qualità necessarie per meritare la stima degli altri”.

Voglio iniziare da questa frase di Indira Gandhi l'analisi di cosa rappresenta la leadership nel mondo del business. L'era del padrone che ordinava e dei dipendenti che ubbidivano tremando è finita. Oggi per migliorare gli ecosistemi produttivi in cui viviamo è necessario rimodellare la leadership capendo che le nuove generazioni hanno un approccio al lavoro completamente diverso, finalizzato all'evolvere personalmente in azienda: lo possono fare solo se trovano di fronte leader illuminati (e preparati).

Le aziende sono consapevoli di quanto importante sia cambiare i propri modelli di leadership. Ne abbiamo avuto un assaggio da una nostra recente survey, condotta tra imprese padovane e veneziane, di cui circa la metà (53%) con meno di 50 dipendenti, quasi il 40% di medie dimensioni e l'8% con più di 250 collaboratori. Abbiamo chiesto alle aziende di individuare il livello di priorità con cui l'organizzazione intende mobilitare il proprio capitale cognitivo.

Più della metà del panel (53%) ritiene che investire nella formazione del proprio personale abbia una priorità medio alta o alta (20% dei casi), in particolare per quanto riguarda il personale con ruoli di responsabilità (priorità massima per un'impresa su quattro), seguiti dal personale operativo (21%).

Da quest'anno si registra anche la "direzione generale" e la "proprietà dell'impresa" come un target rilevante per l'implementazione delle strategie formative. Nel 19% dei casi sono proprio queste figure imprenditoriali a cui si pensa per progetti di formazione.

Un cambio di paradigma, questo, davvero interessante: se fino a qualche anno fa l'imprenditore era convinto di essere la fonte unica e primaria di conoscenza in azienda, adesso capisce che deve agire anche su

sé stesso per poi esercitare al meglio una leadership autorevole.

Penso al modello di Elon Musk. Lui è leader orientato all'azione, che basa tutte le proprie decisioni su una profonda conoscenza tecnica dei prodotti che vuole lanciare. Ad esempio, lo stile di gestione di Tesla è incentrato sul raggiungimento degli obiettivi concreti aziendali.

Il lavoro, dunque, è basato su conoscenze concrete, una leadership sui contenuti e non solo sulla generica capacità di "esser gentili" col sottoposto "per farlo lavorare di più".

D'altro canto, serve saper esercitare molti differenti modelli di leadership. Silent Generation, Baby Boomer, Gen X, Millennial e Gen Z: oggi si ritrovano a convivere nell'ambiente lavorativo quattro, a volte cinque generazioni diverse, con annesse tutte le problematiche che fino a qualche tempo fa non esistevano.

Tra i vari lavoratori, le esigenze sono diverse anche dal punto di vista del welfare e in generale nel modo di intendere il lavoro.

Qualche anno fa l'offerta migliore sarebbe stato il contratto a tempo indeterminato. Adesso i giovani chiedono programmi di crescita e alto coinvolgimento in azienda, e servono leader in grado di intercettare questa richiesta e polarizzare la loro attenzione.

Anche per questo, abbiamo partecipato qualche tempo fa al progetto "New Strategies for a New Era - blended", master per formare i migliori manager del Nord Italia assieme a Assindustria Veneto Centro, Politecnico di Milano e La Salle Academy. Un percorso rivolto alla seconda generazione di imprenditori veneti, che in questa fase storica stanno progressivamente prendendo le redini delle aziende per condurle ad una nuova fase di vita con strumenti nuovi, competenze multiple su innovazione e digitalizzazione, ma anche sulla gestione d'impresa.

Lo scopo di questo master era trasformare imprenditori locali in manager internazionali. Di questo parliamo: saper gestire risorse umane, marketing, gestione interna e strategia, economia d'impresa, digitalizzazione, sostenibilità, innovazione 4.0, smart working per portare le aziende ad un reale miglioramento.

Noi di Fòrema ne siamo certi: solo attraverso un importante set di competenze i manager saranno in grado di portare nelle aziende stili di lavoro imprenditoriali internazionali e all'avanguardia. Per questo, un buon leader deve avere anche la capacità di conoscere le lacune che ha. E formarsi per poter essere un leader migliore domani. Lo direbbe anche Indira Gandhi.



Un buon leader deve avere anche la capacità di conoscere le lacune che ha. E formarsi per poter essere un leader migliore domani.

CHRONO, L'IMPORTANZA DEI DATI NELL'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

La testimonianza concreta che il mondo del design cresce ben oltre i confini, pure affascinanti, del settore dell'arredo, arriva, ancora una volta, dal Galileo Visionary District,

la cui storica collaborazione con la multinazionale delle macchine agricole **Maschio Gaspardo** ha portato nel corso degli anni molte soddisfazioni ad entrambe le realtà. Tra i successi più riconosciuti di questo sodalizio è il progetto **Chrono**, la seminatrice automatica di Maschio Gaspardo che ha raccolto premi internazionali prestigiosi nelle principali fiere di settore tra cui Smau, Sima a Parigi e Agritechnica.

Riconoscimenti che rafforzano la consapevolezza che lo studio degli aspetti funzionali, dell'ergonomia, della selezione dei materiali e dello stile hanno un impatto sempre più importante sul consumatore finale, anche se si tratta, come in questo caso, di utilizzatori professionali.

Una consapevolezza coronata dalla menzione nell'**ADI Index 2019**, la più prestigiosa pubblicazione annuale nel settore del design in Italia. Proprio la sinergia tra elementi di design innovativo e le tecnologie di Chrono hanno conquistato la giuria: Chrono, grazie alle tecnologie Isotronic e Isobus, è infatti capace di aumentare di oltre il 50% la produttività rispetto alle seminatrici tradizionali, permettendo di lavorare con la massima efficienza fino a una velocità di 15 chilometri orari aderendo perfettamente ai principi della precision farming.

Alla genesi di questo innovativo strumento tecnologico hanno partecipato docenti e designer di **Galileo Visionary District**, che hanno lavorato a fianco dell'Area Tecnica della multinazionale padovana nel processo di sviluppo del prodotto.

La prima fase del progetto ha coinvolto anche i ragazzi del terzo anno del corso in "Design & Comunicazione del Prodotto" di SID (Scuola Italiana Design), che hanno proposto oltre 30 concept diversi per identificare la nuova brand language, ovvero il linguaggio estetico/stilistico da adottare per la nuova generazione di macchine prodotte da Maschio Gaspardo.

I progetti migliori sono stati successivamente elaborati e sviluppati da R&D (l'area di Ricerca e Sviluppo del Galileo Visionary District) e dal team capitanato da Cesar Arroyo, Responsabile Area Design del Galileo, che ha lavorato a stretto contatto con l'Area Tecnica dell'azienda e con il suo responsabile Andrea Ruffin.

"La sfida di Chrono - spiega Emiliano Fabris, direttore del Parco Scientifico e Tecnologico Galileo Visionary District - rappresenta in maniera perfetta la sintesi del nuovo assetto di Galileo quale sistema interconnesso e multidisciplinare dove competenze di marketing, design, materiali e trasferimento tecnologico, engineering vivono assieme al servizio delle imprese, della ricerca & sviluppo e dell'innovazione in generale".

AGRICOLTURA 4.0

Il software **ISOBUS «GENIUS MASTER»** di **CHRONO 500** permette la ricezione e l'invio di dati durante le fasi di lavoro. La tracciabilità dei dati risponde ai più moderni requisiti di agricoltura sostenibile.





Marco Ramilli
PhD Founder & CEO
Yoroi Company

Business Innovation

CYBERSECURITY E IMPRONTA ECOLOGICA

Sostenibilità è un termine molto complesso che racchiude in sé concetti legati al risparmio energetico, all'inquinamento ambientale e più in generale alla salvaguardia del pianeta.

Ma oggi può essere declinato in una maniera peculiare. Nel pianeta in cui viviamo possiamo dire che coesistono due ambienti, entrambi ugualmente importanti per la vita: quello digitale e quello fisico. Se adottiamo questa prospettiva il singolo ambiente perde di significato, mentre ne acquista la considerazione di una sostenibilità globale che deriva dall'unione tra il **mondo fisico** e quello **digitale**.

La sostenibilità nell'ambiente fisico è tema ampiamente discusso e compreso, essendo al centro dell'attenzione dell'opinione pubblica e delle sfide poste al legislatore sia a livello nazionale che globale. Ma che significa parlare di **sostenibilità digitale**? Come può un sistema digitale essere sostenibile o come può influenzare la sostenibilità dell'ecosistema globale? Numerosi sono gli studi che provano a dare una risposta su come il "digitale" possa aiutare la sostenibilità globale. Eppure non abbiamo ancora elaborato un'idea condivisa di sostenibilità digitale. Pensiamo alla quantità di energia elettrica consumata per il mantenimento delle cryptovalute, volute, ideate ed "estratte" dall'uomo.

La buona notizia è che s'intravedono timide ma importanti iniziative di sensibilizzazione sia nella realizzazione di nuove tecnologie attente all'**impronta ecologica** prodotta, sia esempi di riduzione delle tecnologie così dette "energivore" centralizzando ed ottimizzando centri di calcolo comuni. In questo contesto, la sicurezza informatica può giocare un ruolo significativo.



Basti pensare che più del 60% delle email che circolano in rete (dato del 2019) è classificabile come Spam (posta elettronica indesiderata o posta spazzatura), ma se considerassimo tutte le email pubblicitarie e d'informativa generica, cioè quelle caratterizzate da un basso valore comunicativo e non di carattere promozionale, arriveremmo a comprendere più del 90% del traffico email odierno [fonte: Internet Live Stats, Statista, The New York Times]. Se invece consideriamo la connettività, e quindi il numero di connessioni da un dispositivo all'altro, possiamo osservare milioni di connessioni provenienti da Botnet e, spesso, con un payload (intento) "maligno".

Ogni email, ogni connessione, ogni apertura di file comporta uno sforzo di computazione, sia per il sistema che genera il contenuto sia per quello che lo riceve, ma ancora più importante è lo sforzo computazionale effettuato dall'intera struttura che ne effettua il trasporto. Soluzioni di **cybersecurity** capaci di ridurre l'invio di email maligne alla nascita o di fermarle al primo nodo più vicino alla sorgente (ancora prima del recapito sul server di invio posta), oppure soluzioni capaci di ridurre il traffico di rete direttamente a livello di trasporto, anticipandone (topologicamente parlando) sempre più il blocco, ecco, queste azioni potrebbero contribuire notevolmente alla sostenibilità energetica del pianeta.

Si pensi che nel 2020 il consumo di energia elettrica dell'intera infrastruttura Internet ha ricoperto quasi l'8% del consumo globale di corrente [riferimento Shipt Project], per questo motivo soluzioni di sicurezza informatica applicate a soluzioni di "edge computing"

possono realmente avere un impatto positivo sulla sostenibilità del digitale e nello specifico ridurre significativamente il consumo energetico globale. Sotto questa ottica è possibile pensare all'introduzione di una responsabilità etica ed ambientale da parte di chi non ha ancora implementato sistemi di protezione adeguati all'interno della propria infrastruttura.

Sistemi di difesa digitale andranno ad aiutare, in prima istanza, la propria organizzazione riducendo il rischio e l'esposizione ad attacchi cibernetici ma contribuiranno in quota parte anche alla sostenibilità del sistema globale, avviando un ciclo virtuoso di protezione dalle minacce e di riduzione del consumo elettrico migliorando, quotidianamente, la sostenibilità del digitale.

“ Come può un sistema digitale essere sostenibile o come può influenzare la sostenibilità dell'ecosistema globale? ”





Fabio Bignolini
Co-Founder e CEO di NLComp

Startup | Le Village

UNA START UP PER ECO-YACHT

Oggi facciamo una chiacchierata con Fabio Bignolini, co-founder e CEO di NLComp, che inizia raccontandoci di cosa si occupa la sua start up.

NL Comp è una start up innovativa che si occupa di materiali compositi, non riciclabili a fine vita e per questo spesso abbandonati, ad esempio, in fondo al mare o nelle campagne, causando un problema ambientale molto importante.

Per questo abbiamo deciso di creare una tecnologia, alternativa alla vetroresina, che permettesse di riciclare a fine vita il materiale in maniera efficiente. Siamo partiti da una nostra passione, le barche, che purtroppo al termine del loro utilizzo vengono spesso abbandonate, come si può vedere lungo le coste nelle zone vicino Monfalcone, Trieste o Genova.

Abbiamo costruito diversi prototipi: il primo una barca per bambini, il secondo una barca di sette metri e mezzo e l'ultimo una barca di nove metri, per dimostrare che queste barche sono un'alternativa vera

a quelle tradizionali e possono essere utilizzate già nell'immediato.

Dopo aver vinto regate e premi internazionali con le nostre imbarcazioni, in questo momento stiamo lavorando per aprirci a nuovi mercati. La nostra soluzione può avere tantissime applicazioni, e l'intenzione è trovare conferme anche in altri campi oltre a quello navale. Pensiamo, ad esempio, a modelli per pale eoliche o strutture industriali.

Come è nata l'idea di NLComp?

L'idea è nata da un gruppo di tre ragazzi che navigano a vela per la stessa squadra da quando avevano nove anni. Andrea Paduano, in particolare, dopo essersi laureato in Ingegneria e aver conseguito un PhD, ha svolto ricerche in ambito universitario riguardanti materiali sostenibili. Al termine dei suoi studi gli ho proposto di creare una barca interamente sostenibile, e lui ha accettato la sfida. Dopo aver realizzato il concept abbiamo avuto la fortuna di trovare subito un in-

vestitore che ci ha garantito i fondi per creare il primo prototipo. Da lì, allargando il team e unendo le varie competenze, è partito tutto.

Qual è la sfida più grande che avete incontrato finora come start up?

Onestamente la sfida più difficile è stata quella di convincere i clienti, le aziende e il mercato in generale che il nostro materiale è una alternativa pronta per essere utilizzata e che c'è la necessità di un cambiamento in tempi brevi, altrimenti continueremo ad avere un grosso problema ambientale, sempre più incombente. Purtroppo, oggi la sostenibilità è quasi soltanto una moda, mentre bisogna farla diventare un qualcosa di concreto e tangibile. Non solo un trend del momento. La difficoltà più grande è far cambiare la mentalità alle persone.

Come è nata la vostra imbarcazione Eco-racer 30 e quali sono le sue caratteristiche peculiari?

L'Eco-racer 30 è una barca da regata, concepita da un progettista molto conosciuto in Italia, Matteo Polli. E' la prima barca al mondo realizzata con resine termoplastiche e fibre naturali. Il prototipo iniziale l'abbiamo costruito in un garage, proprio come le startup "vecchia maniera". E' stato un lavoro molto impegnativo, ci abbiamo messo più di sei mesi tra stampi e composito per arrivare in fondo, ma poi le soddisfazioni ci hanno ripagato di tutte le fatiche. È stata la prima barca eco a vincere il campionato italiano, dimostrando che può tranquillamente competere con le tradizionali barche in vetroresina. In più, è stata premiata in tutta Europa. Per fare degli esempi, abbiamo avuto grandi riconoscimenti dall'Olanda e dalla Germania, e questo ci fa

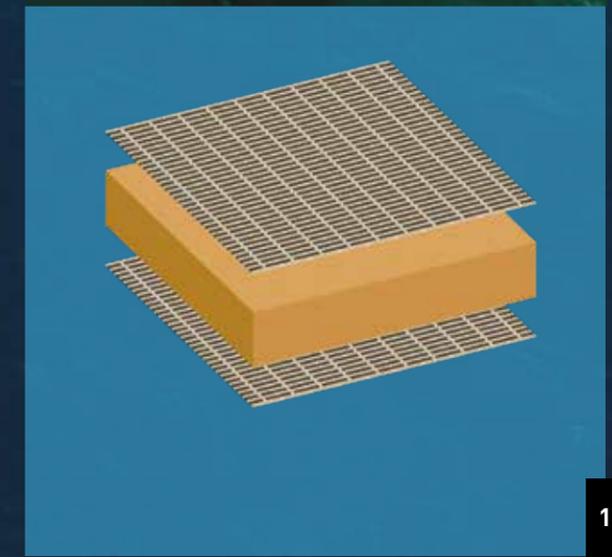
ben sperare di poter arrivare all'attenzione del grande pubblico e a una grande crescita.

Di recente siete stati premiati al Salone Nautico di Genova.

Abbiamo avuto la fortuna anche quest'anno di ricevere il "Design Innovation Award" al Salone Nautico di Genova. Diciamo che abbiamo una storia molto fortunata con il Salone Nautico. Alla nostra prima edizione abbiamo ottenuto infatti un riconoscimento per il primo Dinghy per bambino che abbiamo costruito. Due anni fa, nel 2021, il nostro prototipo è stato premiato con un premio ulteriore. Quest'anno siamo tornati con una barca nuova, e abbiamo ricevuto un nuovo riconoscimento. Adesso ci auguriamo che anche l'industria inizi a interessarsi ai nuovi materiali e a una sostenibilità vera, che è la sfida più grande che ci troviamo ad affrontare.

In questo senso, come vedete il futuro di NLComp nella nautica sostenibile?

Abbiamo appena lanciato un brand chiamato "Eco Yachts", che è il nostro verticale sulla nautica. Questo nuovo progetto è dedicato alla costruzione di barche riciclabili con la nostra tecnologia, e alla verifica dell'impatto di ogni imbarcazione. Le barche sono "climate neutral", questo significa che misuriamo gli impatti in fase di produzione e li compensiamo. Questo crediamo sia un messaggio importante per tutta l'industria, e faremo il possibile per portare una transizione positiva nel nostro particolare settore.



“Purtroppo, oggi la sostenibilità è quasi soltanto una moda, mentre bisogna farla diventare un qualcosa di concreto e tangibile.”



Andrea Grieco
Sustainability & SDGs
Strategist and Communicator

CHI SALVERÀ IL PIANETA?

Andrea Grieco è divulgatore e attivista su tematiche di sostenibilità ambientale e diritti umani. Si è impegnato come lobbista per Amnesty International Italia e ora collabora per diverse aziende private come consulente nella comunicazione degli SDGs.

Ha realizzato un TEDx dal titolo "Il cambiamento climatico esiste", ed è stato inserito nella LinkedIn TopVoices Green & Climate Change.

Abbiamo deciso di fare una chiacchierata con lui per scoprire il suo impegno nella lotta alla crisi climatica e comprendere insieme come possiamo agire per fronteggiarla.

Come è nato il tuo interesse per la lotta al riscaldamento globale?

La mia sensibilità per le tematiche legate al cambiamento climatico e ai diritti umani affonda le sue radici nella mia infanzia. Sono nato e cresciuto in Basilicata, una regione devastata dall'inquinamento e dallo sfruttamento di Eni, il Texas d'Italia. Sin da bambino grazie alla mia famiglia ho sempre avuto ben chiaro che se non proteggi l'ambiente non potrai mai proteggere te stesso. A questo si è unita una profonda consapevolezza sulla necessità di garantire i diritti umani a tutti

nel mondo: ho studiato ogni cosa di Nelson Mandela, Martin Luther King, Vandana Shiva, Wangari Maathai e da loro ho appreso cosa significa dedicarsi alla causa e lottare per i propri ideali e per un mondo più equo.

Attualmente di cosa ti occupi e come riesci a comunicare le tue idee?

Sono Head of Impact di AWorld, l'unica piattaforma scelta dalle Nazioni Unite per supportare la Campagna mondiale per promuovere l' Agenda 2030 e le azioni positive dei singoli contro il cambiamento cli-

matico in tutto il mondo. Nel frattempo sono impegnato come divulgatore e campaigner su tematiche legate al cambiamento climatico e ai diritti umani, con un focus sui migranti climatici.

Sei entrato nelle top voices di LinkedIn 2022 Ambiente. Come gestisci la responsabilità di fare informazione su temi particolarmente sensibili di fronte a un grande pubblico?

Ammetto che a volte sento una responsabilità più grande di me, ma ho imparato a gestirla e a non farmi trasportare dalle onde mediatiche dei social, che creano solo notizie a scadenza. Quello che per me è importante è invece creare consapevolezza sui temi che mi stanno a cuore e che devono essere la priorità: la crisi climatica e la tutela dei diritti umani.

Quali sono i tuoi canali e le tue fonti preferenziali per rimanere aggiornato?

Ogni mattina all'alba faccio una mia rassegna stampa internazionale e di riviste scientifiche, poi approfondisco alcuni temi dai report ufficiali.

In un tuo intervento a "Il Salone della CSR e dell'innovazione sociale" hai sostenuto che, in tema di sostenibilità, il pericolo di attivismo performativo è dietro l'angolo. Come riconoscerlo e prevenirlo?

L'attivismo performativo purtroppo colpisce ogni forma di lotta sociale al giorno d'oggi, e sui social è ancora più semplice cadere nel tranello. L'attivismo performativo si riconosce individuando le cause alle quali si dedicano i content e capire se è fatto solo per l'engagement, senza quindi nessuna etica sottesa.

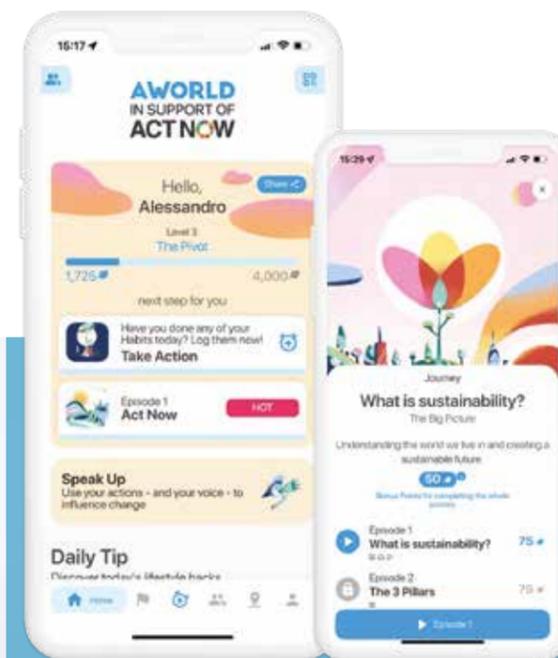
Ci puoi consigliare 3 buone pratiche che tutti possiamo già da ora recepire per attivarci nella lotta alla crisi climatica?

Sicuramente smettere di mangiare carne e passare ad una alimentazione vegetale, perché con i nostri allevamenti intensivi stiamo distruggendo ecosistemi e annientando specie animali. Poi, chiedersi sempre la provenienza dei nostri capi d'abbigliamento e mai acquistare in maniera disattenta: il fast fashion uccide migliaia di lavoratori in tutto il mondo e devasta gli ecosistemi. In ultimo, cercare di prendere parte al cambiamento acquisendo maggiore consapevolezza, per esempio scaricando l'app AWorld e prendendoci i nostri spazi di confronto e discussione, promuovendo politiche che rispettino i diritti di tutti e dell'ambiente.

Per concludere, puoi dare ai nostri lettori un consiglio su un libro, un podcast, una persona che ti hanno particolarmente ispirato?

Un libro che consiglio è "Il dilemma dell'onnivoro" di Pollan, una vera e propria inchiesta su come si produce il cibo e su quanto siamo la causa di un sistema fortemente basato sull'uccisione degli animali. Il podcast che suggerisco a tutti è quello di un'amica e compagna di lotte, Silvia Semenzin, sociologa e attivista, che si chiama What a FAQ.

Invece le persone che mi hanno ispirato sono tante, sin da bambino, e quindi non ne posso scegliere una soltanto. Continuo a tenerle tutte nella mia mente e nel cuore.



Ho imparato a non farmi trasportare dalle onde mediatiche dei social, che creano solo notizie a scadenza.



Pietro Orciuolo

Chief Digital Officer di Corvallis
Docente all'Università Degli
Studi Di Trieste

Intelligenza Artificiale

NAVIGARE L'ERA DELL'IA: ADATTARSI O ARRENDERSI?

Ricordo perfettamente il momento in cui ho avuto l'illuminazione. Ero impegnato in un progetto all'estero, presso la King Abdullah University of Science and Technology di Jeddah, e la mia facoltà stava studiando come ottimizzare le infinite possibilità dell'intelligenza artificiale applicata al riconoscimento delle immagini.

Ovviamente, come succede quasi sempre in ambito accademico, le ricerche restavano sempre a un livello teorico ma per me, pragmatico per vissuto e formazione, c'era l'esigenza di applicare in modo concreto i risultati di uno studio che ritenevo straordinario in particolare per i non vedenti. È stato in quel momento che ho avuto ben chiaro il potenziale che l'IA avrebbe potuto rappresentare per la **sostenibilità**, su molteplici fronti, a partire dalle **pari opportunità** nell'ambiente di lavoro per le persone con disabilità. Un salto quantico senza precedenti. Quelle ricerche sul riconoscimento d'immagini non lineari, come ad esempio la Monna Lisa, iniziate nel 2016, ora fanno il giro del mondo, con applicazioni che potrebbero diventare infinite. Chiedetevi quanto sia facile "spiegare" un quadro ad una persona **ipovedente** e capirete quanto essenziale possa essere il supporto dell'intelligenza artificiale nella vita di questa persona.

Da quell'esperienza ho capito però anche un'altra cosa, che è l'ottimismo a spingerci verso soluzioni innovative, anche se dobbiamo sempre fare i conti con la realtà. L'IA ha un potenziale enorme, ma come ogni strumento, la sua **efficacia dipende dall'uso** che ne facciamo. Può aiutarci, ad esempio, a trovare soluzioni più velocemente, anche se l'implementazione di queste richiede un impegno che va al di là del singolo, dev'essere una scelta congiunta tra governi, aziende e individui, e se si riuscisse ad ottenere questa sinergia

si potrebbero guadagnare decine di anni risparmiando molti grattacapi. Sarà possibile? Lo spero, anche perché volenti o nolenti questa comunione d'intenti prima o poi ci sarà, e potrebbe essere imposta.

Per quanto mi riguarda, credo talmente tanto nell'opportunità che l'IA possa trasformare e migliorare il nostro concetto di sostenibilità che ho appena presentato all'**AIET** International Annual Conference una ricerca su come ottimizzare le dashboard di controllo delle navi da crociera, per risparmiare energia in un sistema Demand-Response. Ho considerato principi di **User Experience**, e i risultati preliminari suggeriscono risparmi energetici davvero significativi. È entusiasmante vedere come piccoli cambiamenti guidati dall'IA possano avere un impatto tangibile e verificabile, come appunto su una nave da crociera, che ha il carico elettrico di una città di circa 10.000 abitanti. Se sostenuta da aziende e istituzioni, questa ricerca potrebbe portare a grandi risultati anche in altri ambiti, come ad esempio nelle smart-city o nell'industria del futuro. Dobbiamo però avere sempre presenti anche i risvolti meno piacevoli e più complessi dell'utilizzo della AI. Ad esempio, che questa richiede enormi quantità di energia per l'addestramento, quindi vanno ricercati metodi sempre più snelli ed efficaci per ottimizzarlo. Poi, nel mio ruolo di Digital Officer, verifico quotidianamente quanto fondamentale sia adottare un approccio olistico per garantire che il progresso

non comprometta la sostenibilità. Sottolineo, in particolare, la parola **INTELLIGENCE** perché l'AI può diventare un grande alleato della sostenibilità solo se applicata "intelligentemente". Un'altra preoccupazione sta nella velocità, e velocità significa consumi, con cui si evolve l'intelligenza artificiale. Viviamo in un'era d'innovazione rapida, e c'è una corsa per adottare l'IA in molti settori, ma dobbiamo assicurarci che questo non comprometta mai gli obiettivi di sostenibilità. Quindi, come comportarci? La chiave di tutto, sono convinto, resta sempre l'educazione e la formazione. Dobbiamo integrare temi di sostenibilità e intelligenza artificiale nei nostri curricula. All'Università di Trieste, ad esempio, stiamo lavorando su programmi interdisciplinari che uniscano ingegneria, UX design e sostenibilità, per preparare gli studenti a diventare leader illuminati in un futuro sostenibile. Lo stesso cerchiamo di fare nell'azienda per cui lavoro, Corvallis, dove crediamo fortemente nel continuous learning. Non c'è altro modo per essere pronti. L'improvvisazione è nemica della sostenibilità.

E visto che parliamo di aziende, credo che queste dovrebbero adottare un approccio a 360 gradi, garantendo ai loro dipendenti gli strumenti per comprendere le implicazioni dell'IA dal punto di vista della sostenibilità, e collaborare con esperti esterni, università e centri di ricerca, per saper sfruttare al meglio le più recenti innovazioni. Fondamentale in ogni struttura, inoltre, dovrebbe essere una guida etica per l'uso dell'IA, che portasse ad assumere decisioni con una visione a lungo termine e non solo per guadagni a breve.

Più nello specifico, l'IA ha il potere di democratizzare molte delle nostre risorse e servizi, rendendoli accessibili a un pubblico ampio ma, se non guidata correttamente, potrebbe arrivare ad amplificare le disuguaglianze esistenti. Per esempio, mentre l'IA può ottimizzare la distribuzione delle risorse energetiche, dobbiamo sorvegliare che di queste soluzioni beneficino sia le comunità già benestanti che quelle meno fortunate. Allo stesso modo, nel settore finanziario, dove sto lavorando, l'IA può aiutare a personalizzare i servizi, ma va prestata molta attenzione a non creare ulteriori barriere per chi è già svantaggiato. Per questo, ovviamente, servono regolamenti e normative che ne indichino in modo chiaro l'utilizzo sostenibile. Attualmente vedo l'impegno da parte di molte istituzioni in questo senso, anche se credo resti ancora molto lavoro da fare.

Forse la chiave di volta sarà la collaborazione tra pubblico e privato, sinergicamente insieme per creare regolamentazioni informate e flessibili, ma anche robuste. Cosa che, peraltro, sta già iniziando a fare la comunità scientifica e tecnologica riguardo all'uso dell'IA per la sostenibilità, che ha assunto una posizione profondamente positiva e intrisa di curiosità critica, estremamente aperta alla collaborazione tra realtà diverse. Vediamo infatti sempre più pubblicazioni, studi e ricerche emergenti che esplorano le potenzialità dell'IA nell'ambito delle applicazioni concrete.

In particolare, nelle ultime conferenze internazionali, la convergenza tra IA e sostenibilità è diventata un argomento ricorrente. A livello pratico, esistono già diverse applicazioni reali in cui l'IA sta fornendo **soluzioni sostenibili**, dall'ottimizzazione delle reti energetiche all'agricoltura di precisione.

Ma c'è anche una cautela sottolineata dalla comunità: mentre l'IA offre strumenti straordinari per affrontare le sfide della sostenibilità, è essenziale garantire che il suo sviluppo e la sua implementazione avvengano in modo etico, e questo vuol dire in primis evitare il rischio di "greenwashing", cioè promuovere qualcosa come "verde" o sostenibile quando in realtà non lo è. L'entusiasmo verso le potenzialità dell'IA, insomma, è tangibile, ma esiste anche la consapevolezza che si debbano tenere gli occhi bene aperti, per assicurare che la promessa di un futuro sostenibile grazie all'intelligenza artificiale venga realizzato nel modo più responsabile ed equo possibile.

Se dovessi immaginarmi uno scenario, nemmeno così lontano, penserei a un contesto in cui ogni decisione aziendale, ogni **innovazione tecnologica**, ogni iniziativa governativa considerasse l'IA e la sostenibilità come componenti interdipendenti. In questo modo, le città sarebbero certamente più verdi e intelligenti, le risorse verrebbero utilizzate in modo ottimale e le persone tornerebbero al centro delle decisioni. Futuro utopico? Visionario? Decidete voi, io intanto esco a fare una passeggiata in mezzo alla natura.

“L'AI può diventare un grande alleato della sostenibilità solo se applicata "intelligentemente"”



LA CULTURA KAIZEN IN AZIENDA

La storia di **Komatsu** inizia più di un secolo fa, in una foresta lussureggiante nella prefettura di Ishikawa, in Giappone: qui era stata scavata una miniera di rame.

Il proprietario e fondatore, Meitaro Takeuchi, quando fu costretto a chiudere la miniera nel 1920, decise di portare la **tecnologia industriale** nel suo paese, creò una nuova azienda.

Oggi Komatsu è un gigante mondiale: fattura oltre venti miliardi di euro e dà lavoro a più di sessantamila persone, è produttore e fornitore leader del settore di attrezzature, tecnologie e servizi per i mercati delle costruzioni, dei carrelli elevatori, minerario, industriale e forestale. Per oltre un secolo, le attrezzature

e i servizi Komatsu sono stati utilizzati da aziende di tutto il mondo per sviluppare infrastrutture moderne, estrarre minerali, creare tecnologia e prodotti di consumo. Il servizio globale dell'azienda e le reti di distributori supportano le operazioni dei clienti, sfruttando la potenza dei dati e della tecnologia per migliorare la sicurezza.

L'azienda si è posta un ambizioso obiettivo a lungo termine: entro il **2050** intende raggiungere la **carbon neutrality**.

Questo obiettivo si affianca all'impegno di dimezzare, entro il 2030, le emissioni di anidride carbonica derivanti dall'uso dei suoi prodotti rispetto ai valori del 2010 e di aumentare fino al 50% la percentuale di energia rinnovabile utilizzata.

Tra le varie sedi a livello mondiale di Komatsu, ce n'è anche una in Veneto, precisamente a Este, nel Padovano, dove vi lavorano più di seicento persone. Il direttore della produzione è Massimo Trevisan. Il suo percorso occupazionale sintetizza i valori aziendali: dal 1986 lavora per Komatsu, da operaio ha fatto tutta la scalata nella zona produttiva fino a diventare manager.

Nella sua traiettoria professionale c'è tutta la cultura kaizen che permea l'azienda, una pratica che prevede una forte autocritica. In giapponese, si definisce "**Hansei**". "Ciò significa che è necessario ritenersi responsabili e trovare un margine di miglioramento continuo anche se tutto procede secondo i piani", spiega Trevisan. "Il processo deve progredire grazie a piccoli ma continui miglioramenti, serve imparare da ogni dettaglio basandosi sulla valutazione delle performance del processo e adottando un approccio problem solving collegato a un metodo scientifico che con un criterio sistemico arrivi alla miglior soluzione". Il rapporto con **Fòrema** è iniziato proprio sulla base di questo stile giapponese che caratterizza tutta la dirigenza. Prima della pandemia l'azienda è stata accompagnata nella progettazione della reportistica delle **performance operations**. Dopo la pandemia il progetto si è spostato sulla strutturazione e realiz-

zazione di due importanti interventi di formazione e consulenza. Uno per l'analisi logistica del plant Este e Noventa e l'altro per la progettazione di una nuova linea di assemblaggio per aumentare la capacità produttiva.

In casi come questi si opera prima col rilevamento dei dati di stoccaggio, dimensioni, peso di tutti i materiali movimentati in azienda, poi con la progettazione di scenari migliorativi.

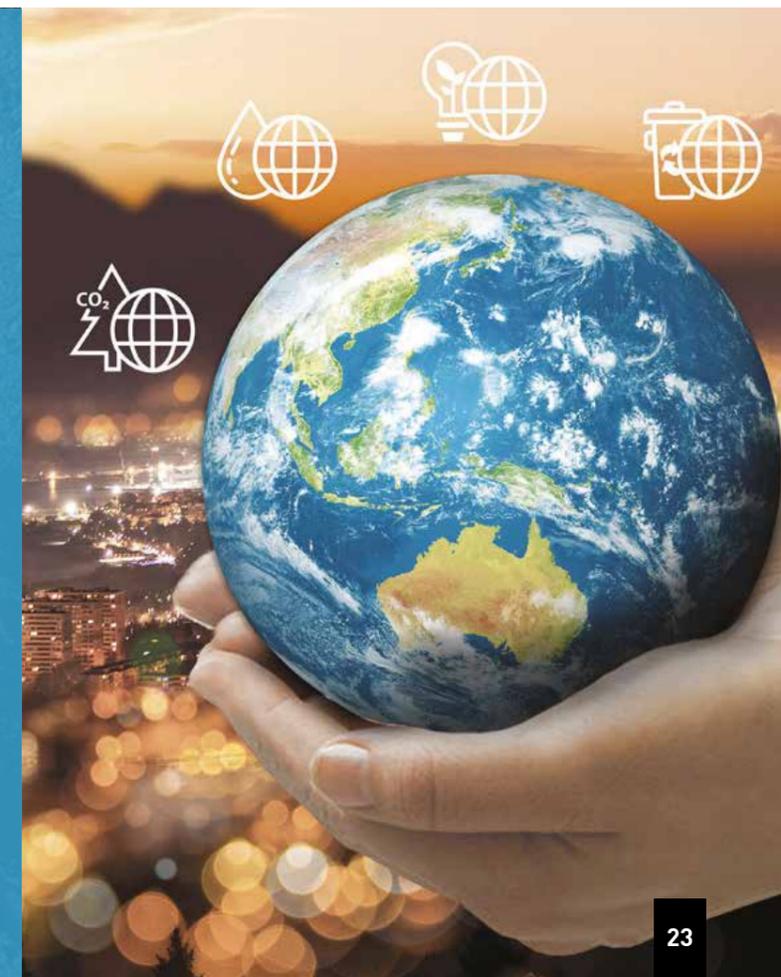
"Nel progetto di studio della nuova linea di assemblaggio - spiega Trevisan - abbiamo coinvolto il team di ingegnerizzazione del prodotto e del processo e abbiamo applicato, per simulare l'efficienza delle soluzioni da confrontare, uno strumento innovativo, il digital twin, che ci ha permesso di realizzare una sorta di copia digitale di quello che stavamo facendo per far funzionare la nuova linea".

Un lavoro impegnativo e strategicamente importante per l'intero gruppo, a livello mondiale. I due progetti studiati in collaborazione con Fòrema sono stati oggetto di studio successivo da parte della casa madre, che in vista della definizione della strategia dei prossimi cinque anni ha testato l'**efficienza** del plant italiano, confermandolo come uno dei migliori al mondo.

"Quando si riesce a progettare nel dettaglio le singole attività e si lavora in team con ottica costantemente protesa al miglioramento del business - conclude Trevisan - i risultati possono davvero sorprendere. Per questo, siamo orgogliosi di aver realizzato il progetto in collaborazione con Fòrema".



“ L'azienda si è posta un ambizioso obiettivo a lungo termine: entro il 2050 intende raggiungere la carbon neutrality. ”





Roberto Siagri
Imprenditore e A.D.
di Rotonium srl

Evoluzione&Tecnologia

L'INIZIO DI UNA NUOVA UMANITÀ

È innegabile: stiamo attraversando un periodo di grandi trasformazioni. L'evoluzione tecnologica ci pone di fronte a una sfida epocale, un vero e proprio bivio per l'umanità.

Abbiamo la necessità impellente di ripensare il nostro modo di produrre, di lavorare, di vivere. Ed è qui che entra in gioco il concetto di **produzione digitale**, che pone l'**uomo** e la sua **creatività** al centro di tutto.

Le tecnologie digitali, infatti, non sono un nemico da temere, ma piuttosto uno strumento potentissimo a nostra disposizione. IoT, Big Data, Intelligenza Artificiale e Robotica non sono solo parole di moda, ma le chiavi per aprire le porte di un futuro sostenibile.

Un futuro in cui la produzione non è più legata alla quantità di risorse impiegate, ma alla capacità di utilizzarle in maniera efficiente. Il valore economico è generato dall'uso o dalle prestazioni dei prodotti e non dai prodotti in quanto tali. Ovvero, i prodotti vanno servitizzati. Così facendo diventeremo tutti utilizzatori e non più consumatori. Di conseguenza la vita dei prodotti si allungherà e si entrerà automaticamente in **economia circolare**. Cosa di cui abbiamo tanto bisogno, visto che l'economia mondiale è circolare solo per il 7,2%.

Un cambiamento così importante è difficile da cogliere nella sua interezza. È questa impossibilità di vedere il nuovo che ci porta alla paura. Molti, infatti, vedono nelle nuove tecnologie solo minacce, dei mostri pronti a divorare posti di lavoro e una minaccia per l'umanità. Ma se usiamo queste stesse tecnologie per liberarci dai metodi del passato, allora dovremmo riuscire a vedere la grande opportunità che può nascere dalla vera **trasformazione digitale**.

Le tecnologie più spinte, in una economia basata sull'intangibile, diventeranno le nostre migliori alleate. Ci daranno la possibilità di esprimere al meglio

la nostra creatività e diventeranno strumentali per creare un equilibrio tra le esigenze dell'uomo e quelle dell'ambiente.

Ecco perché è necessario un cambio radicale di mentalità. Non possiamo applicare le nuove tecnologie al vecchio modello di produzione industriale, perché così facendo non faremo che perpetuare gli errori del passato. È tempo di abbracciare un modello di sviluppo nuovo, sostenibile e anche per questo abbiamo bisogno di affidarci di più alle **nuove generazioni** che da nativi digitali meglio comprendono la trasformazione in atto.

Un ruolo centrale, in questa trasformazione, è riservato al **sistema finanziario** e a quello **assicurativo**. Non sono più solo facilitatori del processo di produzione, ne diventano, invece anche, gli abilitatori. Un aspetto cruciale, questo, su cui si dovrà lavorare intensamente nei prossimi anni.

La produzione digitale è, dunque, molto più di una semplice evoluzione tecnologica. È una vera e propria rivoluzione culturale e sociale, che ci chiama tutti a fare la nostra parte. Se sapremo cogliere questa sfida, se sapremo abbracciare il cambiamento con coraggio e determinazione, potremo consegnare alle future generazioni un mondo più giusto, più sostenibile, più umano.

Un mondo in cui la tecnologia è al servizio dell'uomo, e non il contrario. Un mondo in cui tutti possiamo vincere.

“ La produzione digitale è molto più di una semplice evoluzione tecnologica. ”





Mara Thiene
Docente all'Università di Padova
Delegata del rettore Joint Degree
and International Ranking
University of Padova

LA SOSTENIBILITÀ DI UNA ALIMENTAZIONE SANA

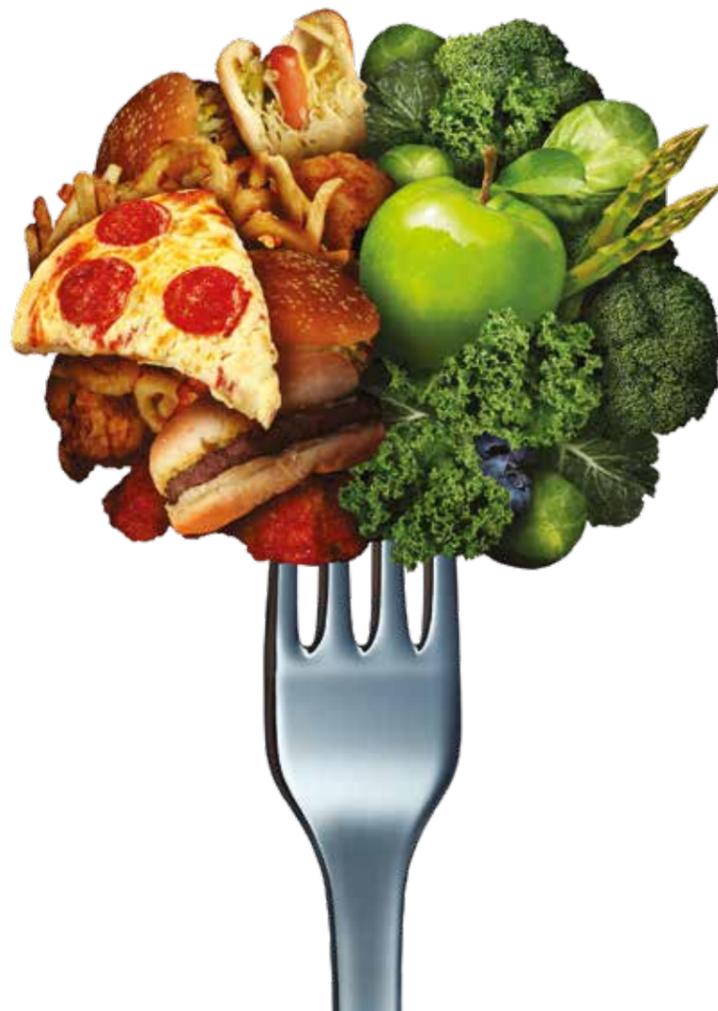
Perché un corso nuovo di Laurea Magistrale in Food and Health? L'università di Padova ha attivato molteplici attività volte ad incrementare l'offerta di nuovi servizi, per rispondere in modo adeguato alle richieste degli studenti.

Negli ultimi tempi, particolare attenzione è stata dedicata agli **studenti stranieri**, che contribuiscono a dare una valenza sempre più internazionale al nostro ateneo. Cogliendo le nuove sfide lanciate dalla **Comunità Europea** con il paradigma "From farm to fork" e OneHealth, l'ateneo patavino ha da poco istituito un nuovo corso di laurea magistrale internazionale, "Food and Health", interamente erogato in lingua inglese.

L'importanza di perseguire una alimentazione sana e una produzione sostenibile di alimenti è stata di recente sottolineata anche dalle maggiori organizzazioni internazionali, che enfatizzano la necessità di un sostanziale cambiamento di direzione e di approccio (EAT-Lancet Commission, 2019; WHO). Per realizzare tali obiettivi, è necessario adottare un approccio integrato, sistematico e multidisciplinare nel settore della formazione, produzione e ricerca, che sembra mancare nel panorama nazionale ed internazionale.

L'obiettivo del corso è affrontare la complessità e le problematiche che sottendono le interazioni tra alimenti, nutrizione e salute, in un contesto interdisciplinare ed internazionale.

Riuscirà il corso di laurea a creare una nuova figura professionale in grado di rispondere alle esigenze del mercato, alle attese dei consumatori e alla domanda degli studenti?



E' una domanda alla quale è forse ancora presto per rispondere, considerata la "giovine età" del corso di laurea.

Le componenti transdisciplinari del corso di laurea magistrale sono assicurate dalla collaborazione sinergica di **otto dipartimenti**, nello specifico quattro dipartimenti del campus di Agripolis (TESAF che è sede del corso - DAFNAE, BCA e MAPS), due dipartimenti di medicina (DIMED e BSA), un dipartimento di ingegneria (DII) e uno di psicologia. Il corso di laurea, che ha avuto inizio nell'Ottobre 2021, ha visto fin da subito numeri importanti in termini di domande presentate da parte degli studenti internazionali: oltre 500 applications il primo anno, più di 700 il secondo (anno accademico 2022-23) e oltre 1000 nell'anno accademico in corso; a questi vanno aggiunti gli studenti italiani.

Il contatto con il mondo delle aziende è stato un elemento importante nell'istituzione del corso di laurea, proprio perché nel dialogo col comparto aziendale era emersa la necessità di una nuova figura professionale, con conoscenze che non si limitassero all'ambito agroalimentare, ma fossero estese anche a quello nutrizionistico. Sebbene nell'ambito dell'offerta formativa del corso di laurea non sia previsto il tirocinio, si è ritenuto fin da subito di supportare il desiderio degli studenti di avere contatti ed esperienze aziendali.

In primis, sono stati organizzati una serie di incontri per introdurre gli studenti al mondo del lavoro, "**Challenges and opportunities of the job market**", con

la partecipazione di Mèrieux Nutrisciences, Cereal Docks, Humana e l'Associazione Amici. Successivamente si sono susseguite varie attività, come la mattinata di approfondimento che Solgar ha organizzato per gli studenti nella propria sede, ed incontri con altre aziende, quali Molino Rossetto e Labomar. Parallelamente si è avviato un dialogo importante con l'**Associazione Amici dell'Università di Padova**, che si è concluso con la firma di un accordo quadro di collaborazione, volto a promuovere azioni ed iniziative sinergiche tra i soci di Amici e il Corso di Studi Food & Health (Dip. TESAF). L'accordo, oltre alla possibilità di effettuare tirocini e visite in azienda, prevede anche seminari e project work su temi innovativi (normativi, finanziari, HR, manageriali, gestionali), tesi di laurea, borse e premi di studio. Infine, contempla l'attivazione di un gruppo di consultazione/Advisory Board per il monitoraggio e valutazione dell'andamento del Corso di studi. Un discreto numero di studenti ha già avuto modo di trascorrere un periodo di permanenza presso le aziende, anche finalizzato alla redazione della tesi di laurea.

Il contatto con il mondo delle aziende è stato un elemento importante nell'istituzione del corso di laurea





Nicolas Lorenzo Zeoli
Founder at Ganiga Innovation

Startup | Le Village

UNA CASA INTELLIGENTE PER IL TRASH

Incontriamo Nicolas Lorenzo Zeoli di Ganiga e siamo curiosi di conoscere di cosa si occupa la sua start up.

Ganiga innovation si occupa d'intelligenza artificiale legata alla sostenibilità.

Il nostro obiettivo è cercare di risolvere i problemi correlati alla raccolta differenziata che quotidianamente ognuno di noi si trova ad affrontare, ad iniziare dalla semplice domanda: dove posso gettare un rifiuto ed essere sostenibile? Per questo abbiamo sviluppato una tecnologia, sfruttando l'AI per salvaguardare l'ambiente. Abbiamo così inventato il cestino smart "Hooly", che riconosce i diversi rifiuti e li smista. Quando è pieno, avvisa direttamente il gestore e pianifica lo svuotamento. In questo modo, c'è un risparmio di tempo, di personale addetto ma soprattutto una sensibile riduzione delle emissioni di CO2. Abbiamo realizzato questo prototipo per diverse tipologie di clienti e messo a disposizione delle pubbliche amministrazioni, alle quali abbiamo venduto i primi pezzi. Successivamente abbiamo creato una collaborazione importante nel settore della GDO. Infine lo metteremo a disposizione,

entro la metà del 2024, anche ai privati. In quest'ottica abbiamo considerato Hooly come un qualsiasi elettrodomestico, da incasso e non, che verrà in aiuto alle persone nella raccolta differenziata.

Come è nata l'idea di Ganiga?

E' successo in un periodo in cui non avevo ancora trovato la mia dimensione. Lavoravo come programmatore in una multinazionale ma non ero per nulla soddisfatto, sentivo di avere molte cose da dire e non riuscivo ad esprimere al meglio il mio potenziale. Così è nata Ganiga, in particolare da una camminata. Uscito dal bar, dopo un pranzo veloce, mi ero ritrovato a camminare per strada con in mano una bottiglietta d'acqua vuota da buttare. Mi sono detto: "E' possibile che abbiamo sotto controllo tutto ma non sappiamo dove trovare rapidamente un cestino per buttare le cose?". In quel momento mi era venuta quasi voglia di buttare la bottiglietta d'acqua per terra. Per sopprimere questo istinto, mi venne quindi l'idea d'inventare un'applicazione che indicasse dove trovare i cestini.

« E' possibile che abbiamo sotto controllo tutto ma non sappiamo dove trovare rapidamente un cestino per buttare le cose? »

Abbiamo iniziato dallo scrivere una serie di questionari destinati ad un'indagine sociale, riformulando un po' l'idea iniziale, e abbiamo inviato un Google form online.

Ci hanno risposto circa 1400 persone e questa ricerca ha evidenziato tre problemi fondamentali. Il primo: quando si cerca un cestino non lo si trova mai. Il secondo: quando si arriva di fronte a un cestino non si sa mai se è quello giusto in cui gettare il rifiuto. Il terzo: un cestino pieno ha un impatto visivo ambientale veramente importante. Di lì, ho collegato il problema alla modifica dell'idea iniziale e trovato la soluzione grazie al mio background da programmatore. Questa è stata la base da cui è nata Ganiga.

In che modo vengono registrati e poi utilizzati i dati degli utenti che si interfacciano con Hooly, il vostro cestino smart?

Questa è stata la prima domanda appena nato Hooly. Siamo stati molto attenti, fin dal principio, al tema della privacy e alla conformità alle leggi vigenti. Per quanto ci riguarda, i dati raccolti vengono registrati solo per le nostre statistiche.

Ci piace studiare quanto il consumatore spreca, che è un fattore molto rilevante per migliorare la nostra tecnologia e l'impegno per l'ambiente. Se ad esempio notiamo che dentro le case degli italiani l'80% butta via le bottiglie di plastica, la nostra soluzione è quella di cercare un'alternativa all'utilizzo e consumo della plastica.

La nostra ricerca è finalizzata a individuare un problema, considerato tramite il tracciamento della quantità di dati raccolti, per fornire poi una soluzione che possa avere riscontri positivi in termini di sostenibilità.

Avete già in previsione anche delle collaborazioni con l'estero?

In questo momento l'estero è il nostro obiettivo primario. Abbiamo già una proposta da una venture capital di Londra che investirà su di noi. Siamo partiti dall'Italia, anche se ce l'avevano sconsigliato in molti, perché crediamo fortemente nel nostro Paese. Adesso abbiamo l'ambizione di arrivare ad affermarci sui mercati americani e asiatici. Ci rendiamo conto che la strada da percorrere è ancora lunga, ma penso che questo sia del tutto normale pensando che abbiamo iniziato il nostro percorso da poco meno di due anni.

Qual è la sfida più grande che finora vi siete trovati ad affrontare?

Di difficoltà, nel mondo delle start up, ce ne sono tutti i giorni. Un passaggio decisivo è stato quando ci siamo occupati dell'idea che avevamo del tempo libero e del lavoro, quando cioè siamo passati da un gioco a un lavoro full-time.

Nel mio caso, pur essendo giovane, prima avevo un impiego sicuro, con il quale potevo girare il mondo. La scelta di dedicarmi a un progetto tutto mio, che mi occupava 24 ore al giorno con momenti di vuoto in cui non ti confronti con nessuno, è stata indubbiamente molto dura. Ma ho affrontato e risolto la sfida con calma, grazie anche ai mentor che ci ha fornito Le Village di Crédit Agricole, che ci hanno insegnato che ogni cosa ha i suoi tempi.

Un'altra circostanza chiave è stata comprendere che lavorare 24 ore al giorno per 3 mesi non era giusto. La strada corretta era invece riuscire a lavorare 8 ore al giorno per 3 anni, lasciando spazio al tempo e alla costanza, con la consapevolezza che è fondamentale ascoltare tutti sapendo che la nostra idea magari non è perfetta, così come non lo erano Facebook e Youtube agli albori, e che quindi può essere migliorata nel tempo grazie anche ai consigli di chi ha più esperienza.

Quindi abbiamo imparato che la via giusta è continuare ad evolverci senza abatterci mai, nutrendo fiducia nelle nostre potenzialità e sapendo chiedere aiuto nel momento del bisogno.





Chiara Mio

Professoressa Ordinaria
Dipartimento di Management
dell'Università 'Ca' Foscari di
Venezia

PENSIERO DISRUPTIVE PER UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS

Chiara Mio, ordinaria presso il Dipartimento di Management dell'Università 'Ca' Foscari di Venezia, Direttrice del Master in Management della sostenibilità e già Presidente di Crédit Agricole FriulAdria, ha iniziato ad occuparsi di sostenibilità negli anni '90, ben prima dunque che questo termine diventasse di moda ma soprattutto fosse così inflazionato.

Cosa l'ha spinto ad occuparsi di questo tema, e qual è stata l'evoluzione del suo studio negli anni ?

Era chiaro, già alla fine degli anni '90, che l'azienda non avrebbe potuto rispondere solo a un obiettivo di massimizzazione di risorse con un valore monetario o un valore di scambio. La sopravvivenza, la creazione di valore, il benessere della comunità delle aziende risiedevano anche nell'attenzione a capitali diversi.

Per quanto mi riguarda, all'epoca la mia attenzione si era concentrata in particolar modo sull'ambiente, oltre che sul fattore umano. E' stata un'intuizione di un trend comunque già presente in altre discipline, presenti nel mondo, ma non ancora nelle nostre aziende. La spinta ad occuparmi di sostenibilità ha coinciso con una personale impostazione valoriale ed etica che successivamente si è tradotta in paradigma scientifico.

Cosa significa effettivamente praticare la sostenibilità in un'azienda? E quando si può legittimamente affermare che sia sostenibile?

Sostenibilità è un termine molto abusato, che non va confuso con la charity, cioè con l'atteggiamento caritatevole di donazione, o con la responsabilità sociale d'impresa (CSR). Questi sono paradigmi importanti, ma nulla hanno a che fare con la sostenibilità. Possono coesistere, ma non rappresentano nemmeno l'anticamera della sostenibilità. Se è vero che un'azienda sostenibile ragionevolmente si occupa di charity, non tutte le aziende che fanno charity sono sostenibili.

La sostenibilità è un paradigma ben preciso, che a livello aziendale è distinguibile secondo criteri ben precisi.

Il primo è la disruption, un grande cambiamento nel business model. Non si può pensare di mettere il vestitino verde, lo smalto o il sorriso sociale a ciò che si fa come prima. C'è un cambiamento profondo, disruptive appunto, e quindi un atteggiamento innovativo o nel concetto di prodotto o di servizio o nel processo produttivo.

La seconda caratteristica è quella delle accessibilità del bene o dei servizi. Queste vanno comprese sia in termini di prezzo, che d'informazione e comprensione del prodotto. Per quanto riguarda il primo aspetto, non vuol dire che più costa, meno si è sostenibili, ma occorre far riferimento al concetto di costo per volta di utilizzo del bene, quindi considerare al riguardo anche la durabilità e tutto ciò che è compreso dentro il prezzo, che non può pagare solo le risorse di oggi ma anche il mantenimento dell'equilibrio di tutti i capitali: umano, sociale e ambientale nel lungo termine.

Accessibilità, si diceva, anche in termini d'informazione e comprensione del prodotto: se un prodotto non è comprensibile non potrà essere sostenibile.

Tecnologia è la terza gamba del paradigma della sostenibilità: senza tecnologia non si può avere la sostenibilità. La sostenibilità non è advertising, non è un bel claim verde, non è una pubblicità furba. Richiede tanta tecnologia perché questa permette quella disruption, quel salto di mentalità di cui si parlava prima. Questo corollario indica che è più facile trovare aziende sostenibili in ecosistemi tecnologici dove la tecnologia è molto presente, molto diffusa. Mentre, al contrario, è difficile trovare aziende sostenibili dove l'ecosistema

in cui vivono queste aziende è povero di tecnologia e manca la ricerca.

Da ultimo, l'education, ovvero il patto con il cliente, con il consumatore, e non solo col cliente immediato ma con il cittadino in senso lato, che deve capire la nuova proposta e condividerla. Deve essere disponibile a dare il proprio contributo perché l'azienda da sola non può costruire sostenibilità. Non si tratta solo di avere una carbon footprint o di water footprint, è piuttosto un'impostazione complessiva che richiede all'azienda di uscire dai propri confini spazio-temporali per pensare in un modo diverso. Ecco perché in giro ci sono tante aziende che provano a fare sostenibilità, ma quelle veramente sostenibili sono molto poche.

Qual è la sua opinione sull'approccio delle generazioni più giovani, in particolare la Gen Z, riguardo al tema della sostenibilità e come ritiene che le generazioni più anziane possano rispondere alle richieste di cambiamento?

È in atto un passaggio generazionale, con una guerra non combattuta. La Gen X e i Baby Boomers, che adesso siedono ai posti di comando, hanno visto la dialettica fra generazioni sviluppata con dinamiche tipiche di quel tempo, anche molto conflittuali, con scontri verbali e fattuali.

La generazione Z è una generazione interessantissima perché non ama lo scontro diretto tipico della generazione X, quindi non si oppone violentemente.

E' una generazione che ha interiorizzato benissimo la sostenibilità. Non bisogna spiegare nulla ai ragazzi, che non chiedono a gran voce il diritto a comandare o il diritto a guidare aziende e istituzioni, ma sono portatori di una visione più equilibrata, inconfutabilmente più equilibrata e di lungo termine, e vanno ad occupare posti e posizioni dove sono bene accetti.

La Gen Z dimostra un altro modo di ragionare, sta occupando posizioni di comando, lo sta facendo in posti magari lontani dall'Italia, e questo un po' disorienta perché è una grande perdita per noi, perché la trasformazione del Paese non avviene nello stesso modo, alla stessa velocità senza i giovani.

Una volta che i nostri ragazzi volessero rientrare dall'estero, dovremmo accoglierli e puntare sulla loro disponibilità a guidare un cambiamento. Però, sottolineo ancora una volta, i giovani di oggi non agiscono più con gli strumenti di lotta e rivendicazione a cui siamo abituati.

Lei sostiene che con l'arrivo delle nuove regole ESG, solo le aziende che faranno sostenibilità potranno

sopravvivere, la CSR da sola non basta. Come devono muoversi dunque i manager e gli imprenditori del territorio per adattarsi a questo cambiamento?

Devono partire dalle seguenti domande: come imprenditore nel 2030 riuscirò ancora a creare valore, a proporre prodotti e servizi di valore? E' un ragionamento dunque sull'esistenza delle aziende da qui a cinque anni, che non può essere guidato meramente dalla norma e dall'essere compliant. Un altro quesito da porsi è: come azienda, mi è indifferente avere base a Padova, in Romania, piuttosto che in Cambogia? Se la risposta è sì, avrò fatto una scelta che non è di allineamento con il territorio. Se la risposta è no, se penso che questo territorio abbia un quid pluris di imprenditorialità, di risorse umane, di capitali, di capitale intangibile che voglio preservare, allora, nella formulazione di una proposta, troverò una specifica sintesi realmente sostenibile.

Generation Z





Mario Ambrosi
Presidente IASE ITALY

What's up now

CERTIFICAZIONE ESG E IASE

Le pmi impegnate in una strategia di sostenibilità ottengono vantaggi di natura economica e sociale.

Questa, ormai, è una tautologia. Mentre le grandi aziende hanno progetti in corso da anni, i piccoli imprenditori solo recentemente si sono affacciati a questo mondo: se impostata in una dimensione temporale di medio-lungo periodo, la **sostenibilità** agisce positivamente sul capitale reputazionale delle pmi e sui suoi asset valoriali e sullo stakeholder engagement. E per questo l'attenzione attorno alle **certificazioni** è crescente.

Le pmi stanno infatti imparando a conoscere la più importante certificazione mondiale "Esg", acronimo di "environmental, social and governance", tre fattori centrali nella misurazione della sostenibilità di un investimento. E proprio durante la pandemia è nata l'Iase (Associazione internazionale per l'economia sostenibile, ndr), la prima associazione al mondo che certificherà i professionisti online su questi temi. L'Italia rientra tra gli oltre 30 Paesi che hanno avviato un rapporto di collaborazione con l'ente, che ha headquarter a Londra. I manager delle prime aziende italiane hanno ottenuto le loro certificazioni nella prima parte del 2021.

Mario Ambrosi è il presidente di Iase Italy (la rappresentanza italiana dell'International association for sustainable economy, ndr). "Siamo la filiale di Iase che certificherà i professionisti con riguardo ai fattori Esg attraverso un percorso online, sfruttando le più innovative tecnologie", spiega.

Il braccio italiano di Iase adotta standard di riferimento unici e comuni a tutte le Nazioni aderenti che in ambito formativo includono competenze cognitive, metodologiche e di valutazione negli ambiti Esg e **Sri** (Sustainability responsibility impact, ndr), favorendo il riconoscimento delle certificazioni professionali specifiche per settore e categoria economica atte a far diventare i soggetti certificati un riferimento culturale ed etico nelle loro attività professionali.



"Certificheremo i corsi ed organizzeremo gli esami di certificazione in lingua italiana", spiega ancora Ambrosi. "Al fine di garantire la migliore preparazione, gli iscritti potranno seguire, oltre alla formazione di base, uguale e comune punto di partenza per ogni Paese aderente, altri due livelli di formazione. Iase Italy, inoltre, ha inserito nel suo statuto la possibilità di estendere la formazione anche agli studenti universitari di qualsiasi indirizzo di studio.

Viene così riconosciuto il ruolo delle future classi dirigenti del nostro Paese, integrando nella formazione studentesca gli standard etici e di sostenibilità promossi dall'Associazione e mettendo i giovani in condizione di essere di esempio quando andranno ad occupare i loro ruoli professionali alla fine del piano di studi".

Saranno disponibili due certificazioni: **Isb** (International sustainable business) destinata a tutti i settori e **Isf** (International sustainable finance) rivolta ai professionisti del settore finanziario. Per ogni certificazione sono previsti tre livelli (base, intermedio e avanzato). Sviluppare una formazione su livelli è stata una necessità imposta dalle differenze culturali e legislative presenti nei diversi Stati membri di Iase.

"L'avvio della prima certificazione di livello base è consistita in un programma di **40 ore** di lavoro - precisa Ambrosi - distribuite in un arco di sei settimane, che ha portato i primi iscritti a certificare le proprie competenze con un esame svolto nel 2021".



"L'obiettivo è quello di migliorare gli standard professionali Esg sia in ambito finanziario sia in ambito economico e di business, a livello nazionale e internazionale. Svilupperemo relazioni con tutti gli enti, siano essi del mondo della finanza, piuttosto che del mondo produttivo".

QUANDO IL **DESIGN** INCONTRA LA SALUTE

Può il design mettersi al servizio di chi vive le difficoltà di una malattia rara oppure di una patologia, quale asma o dermatite atopica?

Gli studenti del terzo anno di **Scuola Italiana Design**, grazie ad una nuova collaborazione con **Sanofi Italia**, hanno colto questa sfida e hanno lavorato fianco a fianco ai pazienti e alle famiglie degli oltre 2 milioni di italiani (di cui 3 su 5 sono bambini) affetti da una di queste patologie.

Agli studenti e ai docenti di Sid, Sanofi ha chiesto di lavorare a nuove modalità di comunicazione e diffusione della consapevolezza sui temi legati alla vita quotidiana, interfacciandosi direttamente con le associazioni dei pazienti.

Il progetto ha coinvolto 25 ragazzi guidati dai designer e docenti Sonia Tasca, Alessandro Rea (entrambi Project Leader) e Andrea Busato (Project Manager) nel contesto del SID Master Project del Terzo Anno del Corso Triennale in "Design e Comunicazione del Prodotto".

Accompagnato da un Team di Sanofi Italia (Direzione Medica, Public Affairs e Comunicazione), questo gruppo di giovani creativi, tra gennaio e marzo 2022, si è confrontato con **7 differenti associazioni**: l'Associazione Nazionale Porpora Trombotica Trombocitopenica - Sindrome di Moschowitz (ANPTT), l'Associazione Nazionale Dermatite Atopica (ANDeA), la Onlus vEyes, che si occupa di ipovisione e cecità, l'Associazione Italiana Anderson Fabry (AIAF), l'Associazione di famiglie contro l'esofagite eosinofila (ESEO), FederAsma e Allergie, e l'Associazione Italiana Malati di Mieloma (AIMAME)

Ne è nato un percorso che ha permesso agli studenti di avvicinare "in punta di piedi" queste patologie e le esigenze dei pazienti e delle loro famiglie, grazie ad un confronto diretto con le associazioni che li rappresentano e li tutelano. Un processo di **innovazione dal basso** che ha mostrato l'importanza di fare co-desi-

gn coinvolgendo direttamente i soggetti interessati dall'innovazione, in questo caso un triangolo virtuoso tra azienda, associazioni/pazienti, studenti/designers.

L'obiettivo, raggiunto, è stato quello di realizzare strumenti di comunicazione innovativi nati sulle esigenze dei pazienti e vagliati, nella loro fattibilità, assieme agli specialisti di Sanofi.

"Il progetto con SID si inserisce perfettamente nel percorso che, come Sanofi, portiamo avanti da diversi anni, improntato all'Open Innovation, ovvero a quell'innovazione che nasce dall'incontro tra pazienti e caregiver, da un lato, e designer, maker, startup o studenti, dall'altro" ha dichiarato Fulvia Filippini, responsabile delle Relazioni con le istituzioni e le associazioni pazienti per Sanofi Italia.



Agli studenti e ai docenti di Sid, Sanofi ha chiesto di lavorare a nuove modalità di comunicazione e diffusione della consapevolezza sui temi legati alla vita quotidiana, interfacciandosi direttamente con le associazioni dei pazienti.





Fabrizio Dughiero
Professore ordinario
Dipartimento di Ingegneria
industriale Università di
Padova

INNOVAZIONE E PANDEMIA

La pandemia CoViD19 ci ha fatto comprendere come la trasformazione digitale della società e delle imprese sia fondamentale.

Basti pensare a quello che sarebbe successo se quel minimo di infrastruttura informatica che ci ha consentito di lavorare in smartworking, ci ha offerto la possibilità di vederci e riunirci online, ci ha consentito di fare acquisti e la spesa rimanendo seduti sul proprio divano di casa, non fosse esistita.

Non solo le aziende di servizi hanno tratto vantaggio da questo modo insolito per noi di lavorare, riunirci e fare acquisti ma anche quelle legate ai settori più tradizionali come la meccanica e l'agroalimentare. Nei settori più innovativi invece la pandemia ha dato una accelerazione incredibile verso la **digitalizzazione**.

E allora sembra giunto il momento di lasciare da parte gli atomi e di tornare a pensare di investire solo sui bit come era già successo tra gli anni Novanta e il Duemila?

Sarebbe un errore di prospettiva interpretare la **trasformazione digitale** come una nuova era del dot-com.

L'essenza della cosiddetta rivoluzione digitale è quella legata alla simbiosi tra atomi e bit. Un esempio tra tutti è quello dell' additive manufacturing dove i bit che possono essere trasferiti anche per lunghe distanze, si materializzano in atomi attraverso la costruzione di componenti, manufatti e altro. Esempio opposto è quello della tecnologia Digital Twin dove gli atomi sono sostituiti dai bit e ne prendono il loro posto in un modello matematico che simula il comportamento del sistema fisico in fase di progettazione, nell'assemblaggio e nella sua successiva manutenzione.

Si sta quindi andando nella direzione di una forma ibrida di manifattura, di una forma evoluta dei servizi e di una nuova rivoluzione nella società.

La trasformazione in atto non vede soltanto un maggior uso di tecnologie che possono aiutare a sviluppare e porre sul mercato nuovi prodotti e servizi, ma piuttosto un modo nuovo di interpretare la vera essenza dei prodotti che saranno sempre più ibridazione tra atomi e bit, hardware e software, beni e servizi nello stesso tempo. Nel settore musicale, che aveva già visto una trasformazione enorme alla fine degli anni

Novanta per colpa o merito della startup Napster di Shawn Fanning, le tecnologie digitali la stanno facendo da padrone, come succede per l'intelligenza artificiale alla base di Spotify, ormai leader riconosciuto dei servizi di ascolto di musica. Dal disco di vinile, dalla musicassetta, dal CD e dal DVD – tutti atomi – si è passati anche qui ai bit, ai servizi che hanno fatto diventare la musica ubiqua e accessibile a tutti.

Un contesto diverso, ma tradizionalmente costituito di atomi, è quello energetico con tutta la sua infrastruttura di acciaio, rame e cemento per il trasporto dei vettori energetici come il petrolio, il gas e soprattutto l'energia elettrica. Le smart grid sono un esempio di come anche in questo settore tradizionale ormai l'IoT (Internet of Things), i bit quindi, sia diventata una tecnologia di suo quotidiano per sfruttare al meglio i flussi e i consumi energetici consentendo una maggiore sostenibilità nell'uso finale dell'energia.

Per un "sistema-paese" orientarsi verso una forma ibrida di manifattura significa avviare una riflessione sistematica e interdisciplinare sui processi di digitalizzazione e, nello specifico, su quale ruolo possano giocare gli enti di formazione e gli istituti di ricerca per attuare il **trasferimento tecnologico** e creare le condizioni economiche, sociali e culturali per favorire lo sviluppo di un rinascimento digitale.

Il nostro Paese ha sempre avuto un certo timore a mettere al servizio del territorio le competenze e le tecnologie che vengono sviluppate all'interno delle

Università creando talvolta un divario tra accademia e mondo reale. Quest'ultimo, anche per una chiara responsabilità del mondo accademico, considera ancora oggi le università come "torri eburnee" dove il sapere prodotto rimane entro le mura in un ambiente autoreferenziale e la contaminazione con il mondo esterno è vista quasi come limitazione al lavoro dei docenti e dei ricercatori.

La trasformazione digitale può essere invece una grande occasione per fare uscire i ricercatori dai propri laboratori e mettere a disposizione le proprie competenze per accelerare questo processo.

Un fattore abilitante fondamentale riguarda la **formazione** che deve mettere in condizione di capire e gestire le tecnologie e i nuovi modelli di business che possono nascere dall'adozione delle tecnologie 4.0. Formazione che deve essere indirizzata sia ai giovani che si accingono ad entrare nel mondo del lavoro, ma soprattutto a chi, operando con metodologie tradizionali, si trova costretto a reinventare il proprio ruolo all'interno dell'azienda. Il consolidamento delle tecnologie digitali avrà nei prossimi anni un notevole impatto potenziale in termini di sostituzione della forza lavoro e pertanto la transizione da atomi a bit, deve essere gestita in modo che le opportunità create dalle tecnologie vadano quanto meno a compensare eventuali impatti negativi in termini di diminuzione di posti di lavoro (The European House 2017, p. 2). In una recente ricerca, The European House – Ambrosetti ha stimato l'impatto dell'automazione e delle tecnologie 4.0 sul mercato del lavoro in Italia. "Il cambiamento già in atto legato all'automazione di processo e all'introduzione dell'Intelligenza Artificiale potrebbe provocare, nei prossimi anni, una graduale polarizzazione della ricchezza e delle competenze solo in alcune fasce privilegiate della società, aumentando le disparità sociali ed economiche già esistenti. Secondo tali stime, la percentuale di rischio di perdita del posto di lavoro associato all'automazione e alla trasformazione digitale è pari al 14,9% del totale dei lavoratori italiani (corrispondente a 3,2 milioni di persone)."

La formazione intesa come **lifelong learning** è l'unico strumento per trasformare una criticità in una opportunità per quei lavoratori che subiranno all'interno delle proprie aziende questo processo di trasformazione.

La formazione è necessaria anche per venire incontro alla carenza di personale qualificato con competenze

specifiche in ambito Industria 4.0. Da questo punto di vista gli **ITS** (Istituti Tecnici Superiori) con l'istituzione di nuovi corsi e il consolidamento di quelli esistenti potrebbero dare una risposta veloce e di mercato.

Sbaglia però chi dovesse pensare che l'innovazione e la trasformazione digitale siano prerogative di soli matematici, fisici e ingegneri. Mai come in quest'epoca è necessario ritrovare le competenze delle scienze umane, sociali e della vita per portare a compimento un passaggio tanto necessario quanto epocale. La tecnologia consiste quasi sempre nel fare di più con meno, ma questa combinazione è efficace solo se si abbina la tecnologia alle giuste competenze e capacità umane. In Italia abbiamo grandissime esperienze di "distruzione creativa", basti pensare al Rinascimento. Ed è a quel periodo che dobbiamo guardare se vogliamo cogliere tutti i vantaggi della trasformazione digitale in atto. Ricreare le botteghe rinascimentali in chiave moderna, creare luoghi reali e virtuali di conversazione, agevolare la contaminazione tra scienza, tecnologia e arte sono queste le strade da percorrere per evitare di subire e non guidare la trasformazione in atto.

Parafrasando il pensiero del governatore Draghi in riferimento alla crisi economica creata dall'emergenza sanitaria CoViD19 possiamo affermare che il cosiddetto "green deal" e gli investimenti nell'**economia circolare**, con la necessaria e conseguente riconversione delle nostre industrie e dei nostri stili di vita, è ormai ai primi posti nella risposta dei governi alla pandemia. La trasformazione digitale ha visto anch'essa una brusca accelerazione con un cambio repentino delle abitudini di lavoro. Tali cambiamenti non saranno temporanei ma rimarranno per sempre, basti pensare alle decisioni di alcune banche di dismettere gli uffici nei centri delle maggiori capitali europee per lasciare liberi i propri dipendenti di lavorare con continuità in smartworking. Negli Stati Uniti la stima di uno spostamento permanente del lavoro dagli uffici alle abitazioni è oggi del 20% del totale dei giorni lavorati (Draghi 2020). Ma tutte queste trasformazioni possono avere successo solo se sapremo investire nelle future generazioni. E l'investimento più importante è la loro formazione. Un paese come l'Italia non può rimanere indietro in questo ambito anche se negli ultimi anni abbiamo perso molto terreno rispetto ai nostri vicini di casa e ad altri paesi emergenti, ne va del futuro del nostro Paese.

Bibliografia

- Marini D., Setiffi F., (2021), Una grammatica della digitalizzazione", Guerini Scientifica – Milano – pp.201-213
Draghi M., (2020), Meeting 2020, l'intervento integrale di Mario Draghi, https://www.corriere.it/economia/finanza/20_agosto_18/meeting-2020-l-intervento-integrale-mario-draghi-592e01aa-e131-11ea-b799-96c89e260eb4.shtml
The European House Ambrosetti, (2017), Il ruolo della comunicazione per la società di domani. Generare valore e cambiamento culturale, https://eventi.ambrosetti.eu/forum-wpp/wpcontent/uploads/sites/43/2017/11/171031_WPP_position_paper_III-AB.pdf



Giulio Scarpati
Attore

Lifestyle Culture

SOSTENIBILITÀ E CULTURA

Comincio con una citazione: “Bisogna assolutamente porre tutti gli uomini indistintamente in condizione di andare a teatro.”

Concepire il teatro come un pubblico servizio, come una necessità nazionale, sul piano, ragionando per assurdo, dell'igiene e dei trasporti. E' necessario che il teatro entri nell'abitudine, nel costume degli italiani. In un momento così dissestato della vita e dell'economia nazionale, non è spirito settario che ci spinge a parlare, ma coscienza precisa degli immensi valori artistici, etici, politici che il teatro può esprimere.”

Questo è un estratto dell'intervento che il direttore generale dello spettacolo Nicola de Pirro fece in un convegno a Milano nel giugno del 1948.

La prima cosa che mi viene da osservare è che le cose non sono poi tanto cambiate e queste parole pronunciate nel dopoguerra sono oggi ancora attuali. Ma colpisce anche l'afflato, la spinta di quegli anni a voler cambiare le cose dopo la tragedia della guerra. Oggi abbiamo la necessità di dover ritrovare proprio lo spirito di quegli anni per superare le crisi e le criticità economiche, ma anche per le nuove sfide dettate dai cambiamenti climatici.

Come può la cultura (il teatro, la musica, l'arte...) migliorare la qualità della vita? Mi soffermerò solo sul teatro. Si deve partire, come nell'intervento appena citato del direttore generale dello spettacolo nel 1948, dal concetto che il teatro è un **servizio per la comunità**. Il teatro dovrebbe essere accessibile a tutti e l'andare a teatro dovrebbe essere un'abitudine, una consuetudine, io aggiungerei un bisogno per la comunità. Teatro è non solo una necessità per coloro che lo animano (tecnici, attori, ecc...) ma anche per coloro che ne fruiscono (pubblico). Il teatro deve tendere a includere e non escludere, deve comunicare, non chiudersi in sé stesso come rito per pochi eletti, non essere autoreferenziale. Ogni forma d'arte deve guardarsi dalla tentazione di parlare solo a se stessa e dev'essere in grado di esprimere una pluralità di offerte culturali. Il teatro quando è autentico, quando svolge appieno la sua

funzione sociale diventa punto di riferimento della comunità, anche equilibratore delle spinte sociali e dei disagi della stessa comunità. Diventa, insomma, una pratica sostenibile.

Goldoni, grande innovatore del teatro italiano, è riuscito a superare la rigidità delle maschere introducendo i caratteri, raccontando così la sua comunità, attraverso una galleria di personaggi popolari, aristocratici, e straordinari personaggi femminili. Il pubblico si ritrovava in quei caratteri e si sentiva rappresentato. Cito Goldoni non a caso, perché è stato un innovatore e attraverso il teatro ha creato una forte idea identitaria nella sua comunità. Questo è proprio il compito del teatro: stimolare la dialettica di una comunità, mantenendola viva e pulsante.

“Il Teatro Comico” di Carlo Goldoni è stato uno spettacolo frutto della collaborazione di sei Compagnie Venete, del Teatro Stabile del Veneto. A me spettava il compito di interpretare il ruolo del capocomico della compagnia che, nell'idea del regista Eugenio Allegri, è anche un po' Goldoni.



Lo spettacolo è stato portato in scena al Teatro Romano di Verona, alla Versiliana, a Treviso, Padova e poi in tutta Italia. Goldoni racconta una giornata di prova di una compagnia che sta allestendo una farsa, dove il capocomico istruisce i suoi attori sull'arte del recitare. Ma i suoi precetti possono valere per tutti gli esseri umani. Per esempio quando il capocomico-Goldoni dice agli Attori: “studiate, osservate bene gli altri, se sentite un poco di applauso non vi insuperbite, non vi date subito a credere di essere una gran persona”, oppure “ascoltate il compagno con il quale si recita” ci sta dicendo che l'ascolto è importante nel lavoro dell'attore, ma è altrettanto importante nella vita di tutti i giorni...insomma parlando agli attori parla alla comunità ed è questo che lo rende universale ed è la ragione per cui ancora oggi si rappresenta. La compagnia teatrale è per Goldoni già una piccola comunità autonoma e quindi fa dire al Capocomico: “Se sentite dir male dei compagni, procurate di mettere bene, se vi riportano qualcosa che sia contro di voi non badate loro”. Piccola Compagnia in cui si rispecchiano i vizi e le virtù del mondo e nella quale il mondo, seduto in platea, può rispecchiarsi. Certo sarebbe bello che la nuova drammaturgia avesse la stessa forza di Goldoni e spero che con nuovi drammaturghi nascano anche nuove figure di manager culturali che, amando il teatro, possano aiutare a farlo crescere.

Nell'idea di sostenibilità e di miglioramento della **qualità della vita**, il teatro, l'arte, la cultura in generale hanno un ruolo determinate. In questa direzione

penso sia necessaria una sinergia tra Teatro, Scuola e Università che devono lavorare insieme. Penso per esempio all'enorme funzione che il teatro potrebbe avere nelle scuole, facendo provare agli studenti l'esperienza del palcoscenico. Il teatro praticato a scuola dai giovani studenti può essere terapeutico, riuscendo a spingere i più timidi, i più disagiati ad esprimersi, a tirar fuori le emozioni. Il teatro nelle scuole potrebbe contribuire a quella educazione ai sentimenti di cui si parla tanto. Per cui, ad esempio, temi come l'amicizia, l'amore, la gelosia sarebbero sperimentati sul palcoscenico, come mezzo per i ragazzi d'indagare i propri sentimenti. Oppure, grazie agli attori, incentivare nella scuola la lettura a voce alta che renderebbe più comprensibili i classici e la poesia. Magari la lettura a voce alta di brani scelti dei promessi sposi, non farebbe odiare agli studenti Manzoni. Ma mi fermo qui perché questo potrebbe essere oggetto di un approfondimento a parte.

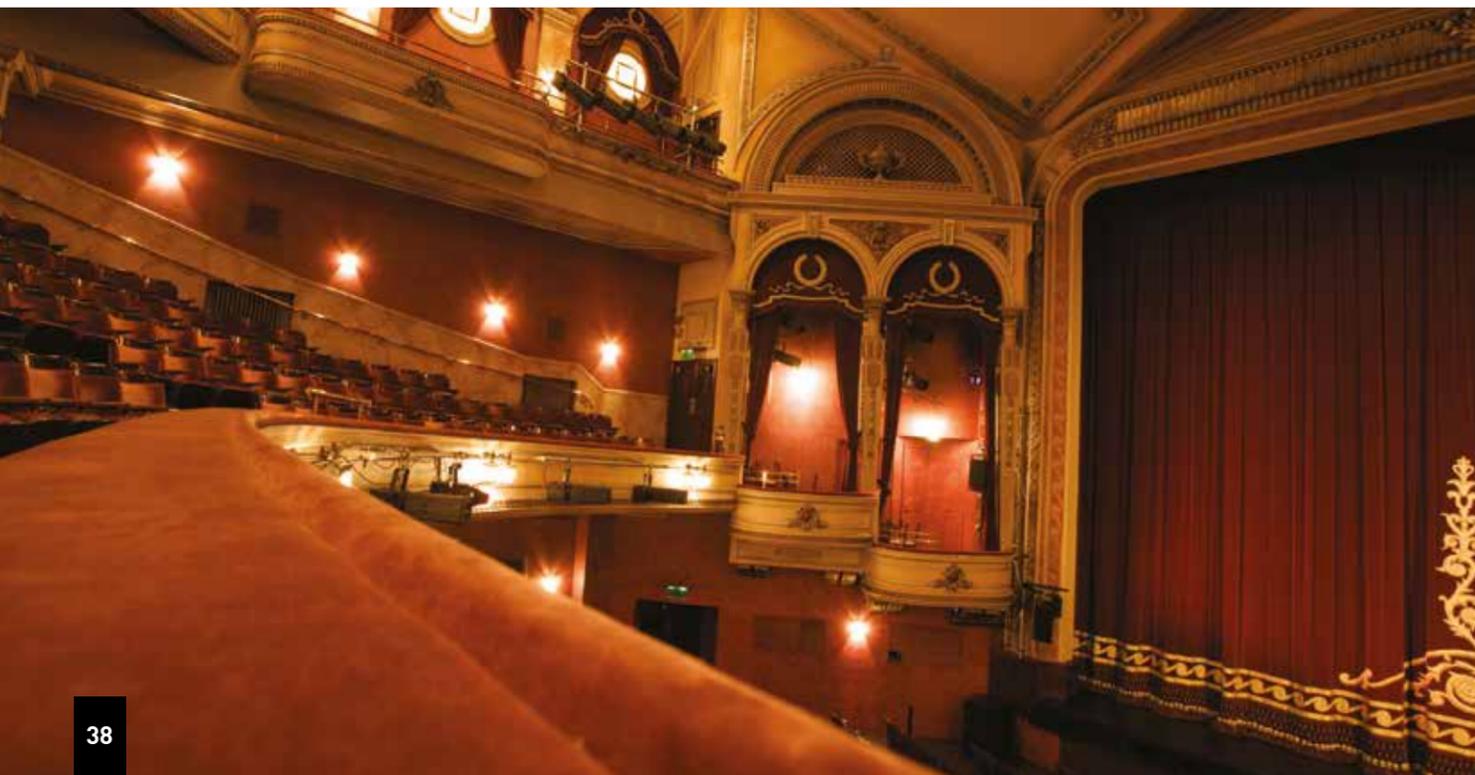
Concludo con un breve apologo sulla necessità di trovare manager culturali che capiscano e amino il teatro.

“Un Direttore generale di una grande compagnia, riceve un invito per assistere al concerto della Ottava Sinfonia di Schubert, “l'Incompiuta”. Non potendo andarci, regala il suo ingresso al capo del personale, un giovane laureato alla Bocconi e con un master alla London school. Il giorno dopo il direttore chiama il capo del personale per sapere se gli fosse piaciuto il concerto e il giovane manager risponde, sorprendendolo, che avrebbe lasciato sulla sua scrivania la relazione sul concerto. Il direttore generale trova la relazione del capo del personale sulla sua scrivania.

La relazione era divisa in 5 punti:

1. Durante considerevoli periodi di tempo i 4 oboe non fanno nulla, si dovrebbe ridurre il numero e distribuirne il lavoro tra il resto dell'orchestra, eliminando i picchi di impiego.
2. I 12 violini suonano la medesima nota quindi l'organico dei violinisti dovrebbe essere drasticamente ridotto.
3. Non serve a nulla che gli ottoni ripetano suoni che sono già stati eseguiti dagli archi.
4. Se tali passaggi ridondanti fossero eliminati, il concerto potrebbe essere ridotto di un quarto.
5. Se Schubert avesse tenuto conto di queste mie osservazioni avrebbe terminato la sinfonia.”

Noi preferiremmo, con buona pace del giovane bocciano, continuare a sentire “l'Incompiuta” così come l'ha scritta Schubert.



LE SOFT SKILLS MIGLIORANO LE AZIENDE

DANI, storica azienda conciaria con sede ad Arzignano, nel vicentino, produce pelli dal 1950.

Si distingue per aver mantenuto una produzione a ciclo completo: dal grezzo alla pelle finita, per avere il pieno controllo di ogni fase da parte del management. Il gruppo oggi fattura circa 151 milioni di euro e impiega 750 collaboratori nell'headquarter vicentino, che arrivano a 1.200, contando anche le presenze all'estero.

Nel 2013 sono stati aperti due stabilimenti in Tunisia e Slovenia specializzati nel taglio e cucito delle pelli per i settori automotive e arredamento-contract. Tre anni dopo sono stati inaugurati gli showroom a New York, a Shanghai e a Arzignano.

Ogni settimana l'azienda processa trentamila pelli fresche e salate per dar forma alle idee più creative e audaci di stilisti e designer, per abbellire gli interni

delle auto più prestigiose e regalare comfort e calore alle case di tutto il mondo. Il tutto sempre in **ottica green e sostenibile**, una filosofia integrata nelle pratiche aziendali dal 2011, quando DANI ottenne, prima conceria al mondo, la Carbon Footprint e l'EPD, ossia l'Environmental product declaration; nel corso degli anni il viaggio della sostenibilità si è arricchito di numerose altre tappe, certificate da enti terzi accreditati.

Nella sede vicentina di DANI, l'operations manager è Alessandro Maruzzo. "Negli ultimi anni abbiamo lavorato con Fòrema nell'esplorazione di quali strumenti digitali potessero aiutarci a gestire in modo più efficace il flusso interno dei materiali e la gestione dei magazzini dei diversi plant", spiega.

◀◀ Nel 2011 DANI ottenne, prima conceria al mondo, la Carbon Footprint e l'EPD ▶▶

"Nel 2022, forti di volumi in continua crescita e consapevoli che l'organizzazione aziendale andava supportata e rafforzata nelle competenze, è stato progettato e realizzato un percorso formativo e di affiancamento per lavorare sia sull'efficienza che sull'efficacia dei nostri processi, una progettualità che ha portato ad enormi miglioramenti nella gestione della vita aziendale".

In concreto, per quanto riguarda l'efficienza, si è lavorato al **miglioramento organizzativo** di processi e flussi perfezionando la solidità e fruibilità dei dati tramite protocolli cogestiti con Fòrema. Si tratta di "Lean Information Flow Improvement", di pianificazione della produzione seguendo i metodi e i tempi della conceria, ragionamenti attorno al corporate performance management, un focus sul flusso dei materiali all'interno dei magazzini.

Ma è servita anche un'academy per i project manager, per migliorare i metodi di lavoro. Sul fronte dell'efficacia, invece, sono stati realizzati corsi dedicati alle soft skill collegate al business, con focus in particolare per i capi reparto, ai quali sono stati proposti miglioramenti in ambito di digitalizzazione.

Spiega ancora Maruzzo: "Per noi è stato fondamentale migliorare le **soft skill** dei nostri colleghi", dice. "Ad esempio, saper comunicare in azienda non è scontato. Ci sono flussi molto complicati dalla fase iniziale del rapporto col cliente fino all'arrivo in produzione dell'ordine, con il relativo ritorno al cliente. Far viaggiare le informazioni in modo coerente dentro un'azienda da 750 persone non è semplice.

Il tutto in un contesto di mercato frenetico, dove le multinazionali come Amazon hanno abituato il cliente finale ad ottenere quello che vuole con un solo click sulla tastiera. Il rapporto con Fòrema è stato fondamentale in tal senso, per migliorare i flussi informativi digitalizzando le procedure con l'obiettivo di ridurre i tempi dall'ordine alla consegna".

In concreto, è stata realizzata un'attività verticale su un team che si è occupato della pianificazione della produzione, arrivando a scegliere uno strumento digitale per il monitoraggio degli eventi in produzione, migliorativo rispetto a quello già adottato, inserendo un programma di MRP (Material requirements planning, ossia la pianificazione del fabbisogno di materiali necessari per la produzione) e studiando nel dettaglio anche la digitalizzazione del plant in Tunisia. È stato inoltre deciso dalla proprietà di investire nel 2023 nella continua digitalizzazione dei processi con ulteriori focus sulla logistica e nella gestione dei dati di performance.





Nunzio Ingiusto
Giornalista

RISCHIO ITALIA? LA GREEN ECONOMY CE LO DIRÀ

Per far fronte al bisogno di energia rinnovabile occorre conservarla. Lo stoccaggio di fonti rinnovabili è una partita mondiale che si gioca a suon di miliardi di dollari.

Le **società energetiche** fanno alleanze globali per acquistare batterie e sistemi di accumulo con le migliori tecnologie. La Cina tiene banco con le materie prime necessarie a far funzionare apparati molto delicati. Le va a cercare in tutto il mondo sfruttando all'inverosimile miniere ricchissime. Ha capito prima di tutti che quelle materie sono il sangue della futura economia.

L'Europa è un continente di grandi consumatori di tecnologie che per altri versi impattano sull'ambiente. Negli ultimi tempi sta diventando attrattiva per la new economy. A dispetto di molti indicatori che vedono il continente slow negli investimenti verdi, c'è chi vi scommette. E nonostante tutto, crediamo che faccia bene e vada incoraggiato. Di cosa parliamo? Di una buona notizia che riguarda anche l'Italia.

La ICG, società di gestione di asset industriali quotata alla Borsa di Londra, ha firmato un accordo con Enfinity Global, colosso mondiale delle **energie rinnovabili**. L'accordo prevede un investimento azionario di 400 milioni di euro nelle energie alternative. Enfinity vuole crescere sia in Oriente che in Occidente, piazzandosi nella scia dei movimenti finanziari internazionali.

In Europa i Paesi prescelti sono Italia e Spagna che godono di parte dell'investimento. Le risorse economiche consentono di accelerare il completamento del portafoglio di Enfinity di 17 GW, con 7,3 GW di impianti di stoccaggio.

La strada dell'accumulo di energia da rinnovabili d'altronde è ricca di opportunità. Nei Paesi industrializzati ci sono sperimentazioni e test importanti. In Italia,

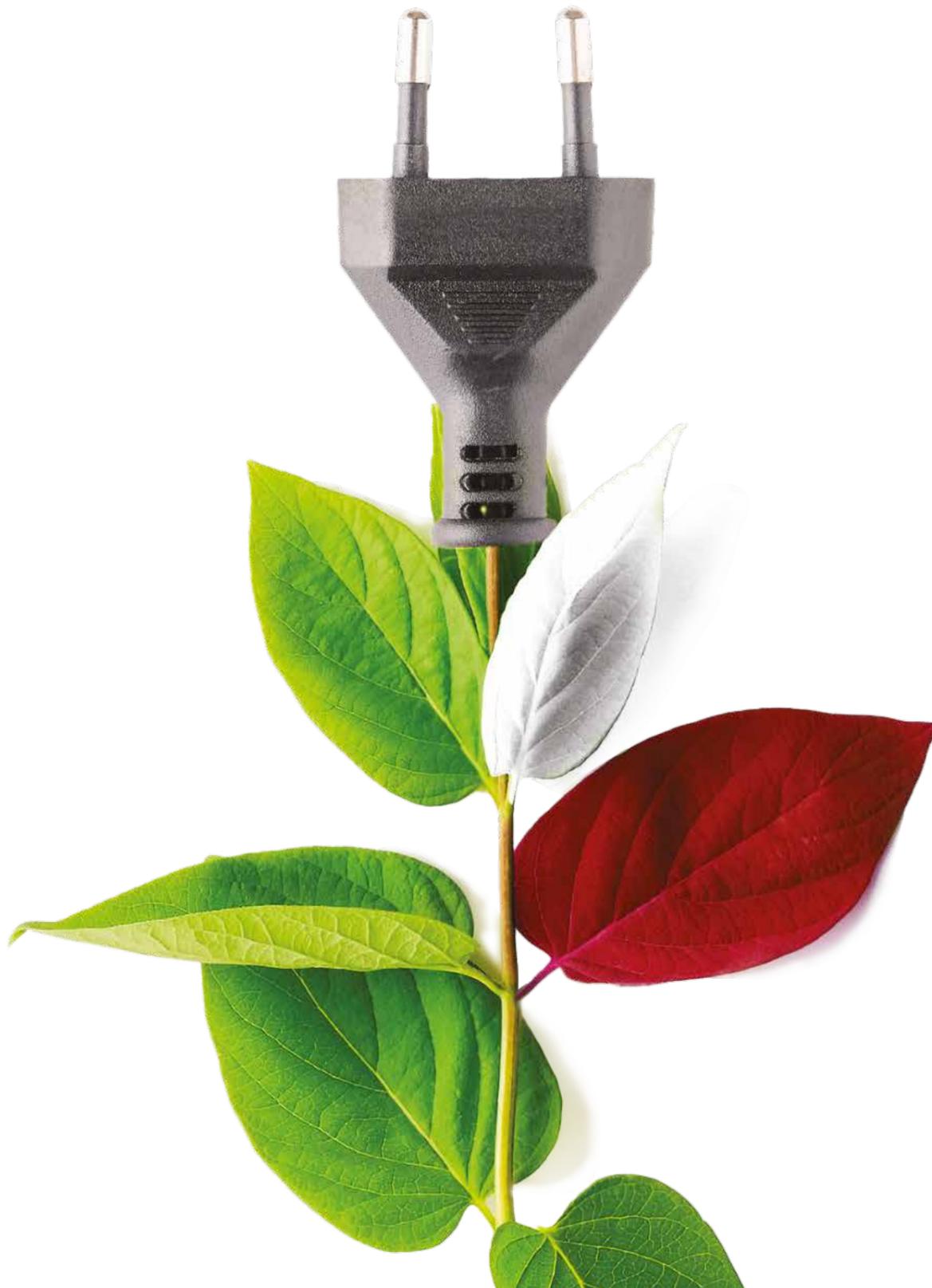
se sfoltiamo la burocrazia autorizzativa e sgomberiamo il campo da liti infruttuose per tutta la nostra economia, i presupposti per diventare fast e non restare slow, ci sono.

Gli investimenti si proietteranno sul business globale con numeri importanti facendo apprezzare di più il nostro Paese.

"L'investimento è alla base del nostro approccio di sostegno a imprenditori e visionari che si impegnano a dare un contributo significativo a un'economia sempre più sostenibile" ha commentato Guillaume d'Engremont, Capo di ICG Infra, struttura dedicata di ICG. Carlos Domenech, CEO di Enfinity Global ha riconosciuto la necessità di rispondere "al fabbisogno di energia rinnovabile in tutte le ore e in tutti i giorni dell'anno". Entrambi i manager hanno ragione, secondo me, perché i miliardi di dollari già gestiti in tutto il mondo fanno di Enfinity Global un player ancora più determinato a vincere.

La dico tutta: i dollari/euro destinati all'Italia cresceranno in misura proporzionale alla capacità del Paese di saperli ben utilizzare. Per Paese intendo la politica, gli industriali, i sindacati, le associazioni.

È necessario convincersi tutti che la battaglia contro i cambiamenti climatici e per la sostenibilità del pianeta si vince mettendo denaro fresco nell'economia, tanta fiducia e tracciando strategie precise verso obiettivi non impossibili.





Paolo Gubitta
Coordinatore laurea magistrale
in Management for Sustainable
Firms

Università&Imprese

LE IMPRESE SOSTENIBILI SONO IN BUONE MANI

Al via con 121 immatricolazioni (45% dall'estero) la laurea magistrale che forma manager, professional e consulenti per la trasformazione digitale e la transizione ecologica.

Il dato di fatto è che la **doppia transizione** (digitalizzazione e sostenibilità) si trova al vertice dell'agenda della comunità imprenditoriale in Italia e in gran parte del resto del mondo. La conferma viene da numerosi studi, realizzati anche da team di ricerca del Bo. Il tema aperto è **chi** accompagnerà le imprese in questo percorso e **quali competenze** dovranno avere queste persone.

La laurea magistrale in **Management for Sustainable Firms** è il progetto che ha l'ambizione di **chiudere** il cerchio e di soddisfare la crescente domanda di professionalità per realizzare queste **transizioni**. La proposta formativa si sviluppa attorno a tre processi aziendali: "Smart Manufacturing", "Marketing & Digital Transformation", "People & Organizations".

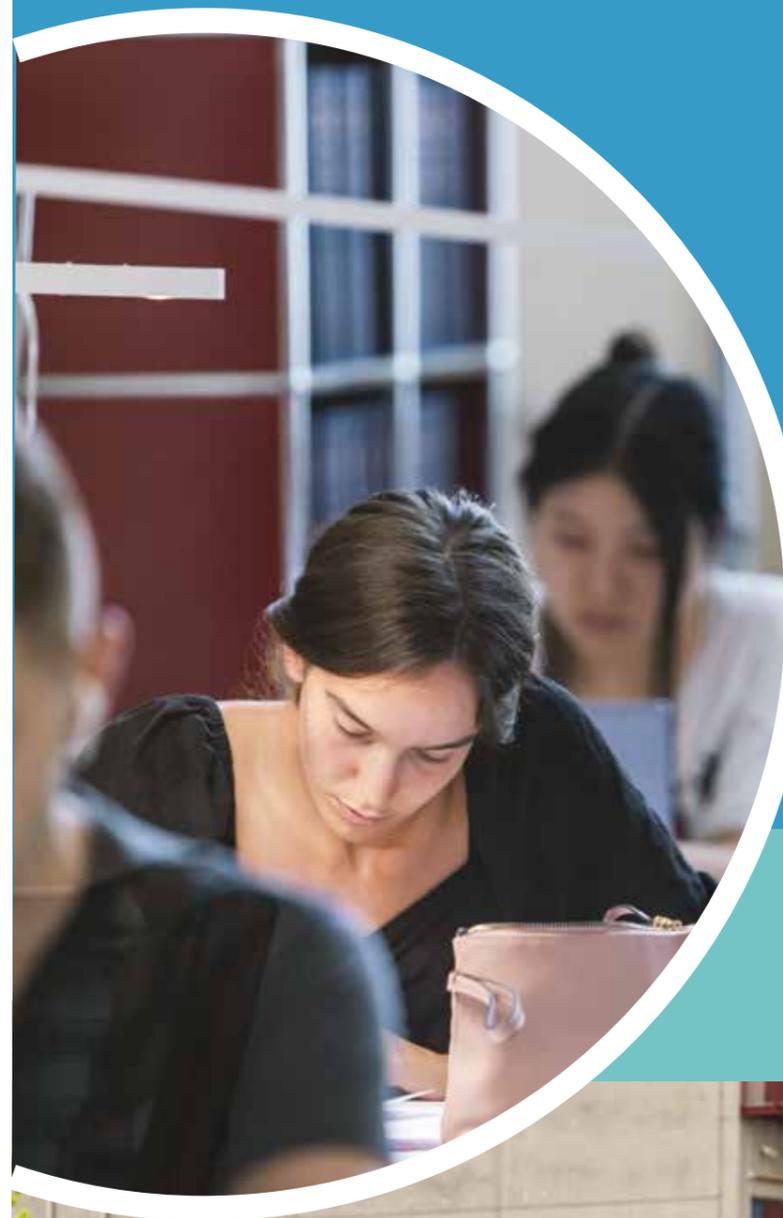
Da una parte, c'è la necessità di gestire i processi produttivi nell'ottica dell'economia circolare e di progettare catene di fornitura e logistiche più sostenibili e snelle, riducendo sprechi e impatto ambientale e aumentando il valore. Per raggiungere tali obiettivi, servono persone capaci di integrare le tecnologie di intelligenza artificiale, i big data e il machine learning nelle attività già presenti. Sono competenze da inserire con urgenza, perché in certi settori la sostenibilità di questi processi è un **prerequisito** per lavorare.

Dall'altro, digitalizzazione e sostenibilità aprono scenari inediti con i mercati. La prima porta alla "servitizzazione", un nuovo paradigma che impatta sul rapporto tra imprese e clienti, sul portafoglio di offerta e sui modelli di ricavi. La seconda, invece, reclama sia linguaggi, canali e approcci innovativi nel marketing e nella comunicazione, sia nuovi modelli di business. Un esempio? Il numero crescente di imprese che, ri-

manendo nell'area del "for profit", si trasformano in Società Benefit e quelle che ottengono la certificazione B-Corp.

Infine, c'è il tema ricorrente «che non si trovano le persone ed è sempre più difficile trattenere quelle che hai». Su questo fronte, digitalizzazione e sostenibilità danno risposte praticabili, immediate e intuitive. Come? Imparando a usare intelligenza artificiale e HR Analytics per gestire e valorizzare le persone (dalla selezione ai piani di carriera), progettando i ruoli in ottica ESG per avere ambienti di lavoro sostenibili e inclusivi, usando gli ESG per misurare le prestazioni e gli impatti e per fare politiche retributive.

L'**ambizione** di questa laurea magistrale è diventare il **bacino di reclutamento** delle imprese avviate (per scelta o per necessità) nella **doppia transizione**. L'abbiamo progettata tra novembre 2021 e settembre 2022 **mettendoci all'ascolto** di oltre 50 imprese. Sono certo che, insieme, centreremo in pieno l'obiettivo.



Il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali "Marco Fanno" dell'Università di Padova fornisce le competenze necessarie per affrontare le sfide della digitalizzazione, della sostenibilità e della transizione ecologica grazie ai corsi di laurea magistrale in Accounting, Finance and Business Consulting, Applied Economics e Management for Sustainable Firms.

Il Dipartimento ha conseguito la certificazione internazionale EQUIS, il sistema di accreditamento delle migliori Business School del mondo.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

dSEA





What's up now

LE CERTIFICAZIONI ESG ARRIVANO A HONG KONG



Federico Diomeda
Dottore commercialista
e Membro del direttivo di
IASE Italy

Associazioni Professionali e Atenei sono molto attenti a valutare le collaborazioni che costituiscono fonte di qualificazione reciproca.

Da sempre, i sillabi e di conseguenza i programmi formativi per i candidati alle certificazioni si sviluppano dalle interazioni con il mondo accademico.

Nel 2021 l'Università Cà Foscari di Venezia ha sviluppato i sillabi, validi in tutto il mondo, di **IASE Certifications** per il secondo e terzo livello delle proprie certificazioni professionali.

Nel mese di ottobre 2023 la facoltà di Scienze Sociali della Hong Kong University ha accettato di integrare il percorso di formazione dei propri master sui temi **ESG**, comprendendo gli standard richiesti per la certificazione ISB® (International Sustainable Business) livello II di IASE, diventando così partner accademico accreditato. In questo contesto il Comitato Accademico internazionale di IASE ha ridefinito le modalità di esenzione riservate agli studenti dei partner accademici.

Hong Kong University (HKU) è stata l'università più internazionale del mondo nel 2022 (Padova era 132esima) nel ranking del Times Higher Education che misura il grado di apertura di studenti e staff.

Da questo momento in poi i laureati del suo Master "Leadership e Governance della Sostenibilità" (SLGP) godranno di un trattamento privilegiato per l'accesso alle certificazioni che prevede l'esenzione dall'esame per la certificazione di primo livello e l'accesso diretto all'esame di secondo livello. L'accordo con HKU crea una nuova categoria di appartenenza denominata "Graduate" e diventa il modello di riferimento per i programmi di studio accreditati dai partner accademici IASE a livello globale.

Il confronto tra le associazioni professionali che certificano le competenze personali in ambito ESG nel mondo è continuamente alla ricerca di programmi formativi completi e aggiornati, in un contesto ancora non completamente definito. Nel Regno Unito e negli USA almeno due associazioni professionali (IEMA <https://www.iema.net/> e ISSP <https://www.sustainabilityprofessionals.org/>) hanno contenuti confrontabili con IASE e vantano già oggi decine di migliaia di professionisti certificati nel mondo.

Appare quindi molto significativa la scelta di HKU che ha selezionato il programma formativo di IASE, originato in Europa da un prestigioso Ateneo italiano.

La formazione ESG però non si rivolge solo agli studenti ma a tutti i professionisti e i responsabili della governance delle aziende, i quali sono chiamati a formarsi adeguatamente e questo rappresenta il punto chiave per una corretta applicazione delle tematiche ESG. Anche in Italia il contesto per il mondo professionale ed imprenditoriale deve infatti affrontare la nuova direttiva CSRD che richiede un'ampia applicazione degli obiettivi ESG nell'ambito aziendale fino a coinvolgere l'intera società civile, evitando il fenomeno del greenwashing.

Senza un aumento della consapevolezza sulle questioni ESG, nessuna azienda sarà in grado di comportarsi in modo sostenibile.





Carlos Santos
AD Amorim

L'ECONOMIA CIRCOLARE IN UN TAPPO

Carlos Santos, AD di Amorim, ci racconta com'è nata la sua passione per il sughero sostenibile.

Amorim è un gruppo portoghese, leader mondiale nell'industria del sughero, che esiste dal 1870.

Inizialmente eravamo una piccola famiglia, originaria dei dintorni di Vila Nova de Gaia, che produceva tappi destinati soprattutto al vino di Porto.



Da allora, Amorim si è sviluppata in modo costante fino ad arrivare alla quotazione in Borsa all'inizio degli anni '90.

Attualmente si presenta sul mercato come il gruppo leader mondiale nella produzione di sughero, ma soprattutto nella produzione di tappi di sughero.

In quali modi v'impegnate per rendere Amorim un'azienda sempre più sostenibile?

Una delle nostre principali mission è l'essere sostenibili "per natura", perché abbiamo a che fare quotidianamente con alberi che vivono mediamente 200 anni (questa è più o meno l'età di una quercia da sughero). Se non adottassimo un approccio sostenibile già a partire dalla raccolta del sughero in foresta, fino a tutta la catena di valore, per la nostra azienda sarebbe tutto molto più complicato.

La sostenibilità è trasversale al nostro gruppo, dalla dimensione ambientale a quella sociale, ovviamente non trascurando la parte dello sviluppo economico perché produciamo anche utili importanti.

Mohan Munasinghe, che ha vinto il Nobel per la pace nel 2007, ha detto che il nostro gruppo è uno dei dieci esempi di perfetto equilibrio tra uomo e natura, perché riusciamo a convivere in perfetta sinergia con la natura senza danneggiarla.

Questo spiega molto bene quanto per noi sia fondamentale una produzione sostenibile.

Come coniugate i tempi "fast della società" con i tempi "slow della natura"?

In Amorim dobbiamo fare bene i conti con il tempo. Per la prima raccolta di una pianta di sughero, che sia di utilità economica, bisogna attendere 43 anni. Se da un lato dobbiamo essere produttivi in un mondo che va molto veloce, dall'altro abbiamo il dovere di salvaguardare l'ambiente, che vuol dire lasciare il tempo alla pianta di vegetare e crescere. Tanto per fare un altro esempio, la decortica viene realizzata ogni nove anni.

Ma Amorim è diventata oggi anche pioniera in un progetto per velocizzare la coltura del sughero. L'azienda è proprietaria di 8700 ettari di foresta acquisiti negli ultimi tre anni, dove si andrà a piantare intensivamente il sughero. Con questa nuova piantagione, che godrà di un'irrigazione goccia a goccia, nei primi dodici anni di attività si passerà da 43 a 22 anni per la prima decortica.

Il nostro obiettivo sarà comunque quello di velocizzare solo la prima parte della raccolta, per far sì che poi i cicli successivi restino sempre di nove anni, proprio per rispettare i tempi della natura.



Interamente naturale, riutilizzabile e riciclabile senza forme di rifiuto o scarto, il sughero è un materiale perfettamente in linea con la crescente consapevolezza ecologica della società contemporanea.



Guarda la videointervista integrale

◀◀ L'Università di Padova ha avviato un nuovo corso di laurea magistrale in "Sustainable Chemistry and Technologies for Circular Economy" ▶▶

Economia & Sostenibilità



Silvia Gross

Docente di Chimica Inorganica dell'Università di Padova e Presidente del corso di laurea magistrale in "Sustainable Chemistry and Technologies for Circular Economy"

L'ETICA DEL RICICLO

La sfida della transdisciplinarietà dell'Università di Padova

Nell'anno accademico 2021-2022, l'Università di Padova ha avviato un esperimento didattico molto ambizioso, sfidante e, a livello nazionale, unico. Si tratta del nuovo corso di laurea magistrale in "Sustainable Chemistry and Technologies for Circular Economy", che nasce dalla fittiva e proficua collaborazione di 12 dipartimenti ed oltre 30 docenti di diverse aree scientifiche dell'Ateneo patavino. L'unicità del percorso formativo promosso a Padova sta nella forte focalizzazione su contenuti tecnico-scientifici ed ingegneristici temperata tuttavia da un importante coinvolgimento di discipline quali l'economia, l'ingegneria gestionale, la logistica, il diritto comunitario ambientale e dell'energia, la psicologia. Profilatosi come un unicum nel panorama accademico italiano ed anche europeo, il corso mira a sviluppare conoscenze e competenze interdisciplinari che spaziano dalla chimica all'ingegneria dei materiali, dalle energie rinnovabili alla gestione della risorsa acqua e dei rifiuti, dalle biotecnologie alla statistica, dalla gestione delle biomasse all'economia dell'energia. L'obiettivo è quello di formare professionisti nell'ambito della circolarità e della sostenibilità che siano in grado di implementare modelli di **natura circolare** in un contesto produttivo attraverso un'interazione efficace ed informata, grazie alle solide basi tecnico-scientifiche, con vari comparti aziendali (acquisto materie prime, produzione, distribuzione, riciclo, fine vita dei prodotti). Interamente erogato in lingua inglese, il corso ha una forte vocazione internazionale e soprattutto intersectoriale: fin dal primo anno gli studenti, per circa il 50% provenienti da paesi europei ed extra-EU, sono esposti al contesto della produzione attraverso una serie di seminari interattivi erogati da esperti aziendali su casi studio di economia circolare in ambito industriale. Agli studenti vengono poi offerte scuole estive su temi di **economia circolare**, visite didattiche in impianti produttivi e il percorso formativo si completa con un tirocinio in un'azienda,

italiana o straniera, della durata di 4-6 mesi, per svolgere un lavoro che poi diventa la base della tesi di laurea magistrale. Dopo un primo anno comune volto a consolidare una base tecnico-scientifica, economica, gestionale e giuridica comune a tutti gli studenti, nel secondo anno gli iscritti possono optare per uno dei due curricula offerti: "Resources and product design and recycling", dedicato alla circolarità dei materiali, ed "Energy conversion and storage", focalizzato su soluzioni energetiche rinnovabili. Le competenze ed abilità multi- e transdisciplinari che contraddistinguono gli studenti iscritti a questo corso di laurea rendono estremamente stimolante il processo formativo e profilano queste figure come interessanti professionisti per il mondo produttivo e della consulenza in ambito circolare e ambientale. I docenti del corso attendono la risposta del territorio: tra ottobre e dicembre 2023 si laureeranno i primi 15 dottori magistrali in economia circolare, e si potrà verificare se e come questi nuovi profili troveranno una collocazione professionale adeguata.



Ulteriori informazioni nel sito www.chimica.unipd.it/circulareconomy o scrivendo una mail a circular.economy@unipd.it.



Pietro Boniciolli
Vicepresidente WWF
Trieste OA

New Generation

A QUALCUNO PIACE CALDO

Il riscaldamento globale è e sarà una delle sfide significative di questo decennio.

I Paesi dell'UE, secondo la legge europea sul clima del 2019, dovranno infatti ridurre le emissioni di gas serra di almeno il 55% entro il 2030, con l'obiettivo finale di rendere l'UE neutrale dal punto di vista climatico entro il 2050. L'aumento delle temperature medie, l'innalzamento del livello dei mari, l'acidificazione degli oceani, la ricorrenza intensificata degli eventi meteorologici estremi e la perdita di biodiversità, stanno tuttavia causando il raggiungimento di quelli che vengono chiamati "Climate tipping points (CTPs)". Definiti come "una soglia critica in cui una piccola perturbazione può alterare qualitativamente lo stato o lo sviluppo di un sistema".

Il Panel Intergovernativo sui **Cambiamenti Climatici** (IPCC) ha identificato diversi punti critici, ma i sette che verranno superati con maggiore probabilità nel corso di questo secolo se non riusciremo a limitare il riscaldamento al di sotto degli 1.5 °C sono:

- Scioglimento di ampi strati di ghiaccio in Groenlandia
- Scioglimento del Permafrost
- Rallentamento delle correnti oceaniche atlantiche (AMOC)
- Aumento intensità dei monsoni
- Disboscamento delle foreste amazzoniche
- Scioglimento dei ghiacci in Antartide
- Moria di barriere coralline

Nei decenni passati, il **riscaldamento globale** è stato oggetto di crescente preoccupazione a livello internazionale, con la creazione di accordi globali come il Protocollo di Kyoto e l'Accordo di Parigi. Ciononostante, l'attuale obiettivo di mantenere l'aumento della temperatura globale ben al di sotto di 2°C non è vincolante per nessuna nazione, e mancano azioni concrete da parte di tutti i settori della società civile per evitare il raggiungimento di questa soglia. Per spingere i decision makers ad attuare politiche volte a quella che viene denominata "transizione verde" il coinvolgimento dei giovani è diventato un elemento cruciale.

Le nuove generazioni, specialmente quella che viene definita "generazione Z", stanno dimostrando una crescente consapevolezza e attenzione su queste tematiche. Sentimenti che si sono tradotti in una mobilitazione mondiale senza precedenti.

Attraverso proteste, manifestazioni e campagne di sensibilizzazione, i giovani stanno facendo sempre più sentire la loro voce.



Questo coinvolgimento ha senza alcun dubbio portato a una maggiore attenzione da parte dei decisori politici e degli imprenditori verso l'importanza di affrontare con decisione gli effetti del cambiamento climatico. Negli ultimi anni sono aumentate considerevolmente anche le iscrizioni alle facoltà universitarie dell'area S.T.E.M. (Scienza, Tecnologia, Ingegneria e Matematica), secondo un rapporto del Ministero dell'Università e della Ricerca (MIUR) rappresentano ormai il 30% delle nuove immatricolazioni, dietro solamente all'area economica/giuridica/sociale (35%). Specificatamente, i corsi di laurea su tematiche ambientali sono molto più diffusi e gettonati nelle università italiane.

Alcuni di questi sono stati creati ex novo, altri sono corsi già esistenti, ma adattati alle nuove esigenze. Il numero di corsi e studenti iscritti è però destinato ad aumentare ancora, dato che in quasi tutti i settori economici sta permeando l'importanza di una rapida transizione verso pratiche più sostenibili. Per esempio nel settore della moda, dove molte aziende stanno lavorando duramente per aderire ai principi dell'**economia circolare** (riciclo e riuso), o nel settore automotive, dal 2035 infatti non potranno più essere vendute auto con motore a benzina o diesel.

I giovani sono quindi spesso in possesso di mezzi all'avanguardia nell'identificazione e nell'attuazione di soluzioni sostenibili, spingendo l'innovazione, promuovendo l'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili e pratiche di consumo più eco-sostenibili.

Un altro fattore importante è l'influenza sul mercato delle nuove generazioni con le loro scelte di consumo. La crescente domanda di prodotti fabbricati con materiali che non nuocciano all'ambiente sta spingendo molte aziende a rivedere le loro strategie di marketing, per soddisfare queste richieste e ridurre l'impronta ecologica dei loro prodotti.

Adottare pratiche aziendali sostenibili non solo è etico, ma può anche portare a importanti benefici economici, contribuendo alla redditività e alla longevità futura delle imprese. Inoltre, le imprese che saranno meglio posizionate per affrontare queste sfide potranno cogliere importanti opportunità economiche a medio-lungo termine.

Per concludere, **coinvolgere i giovani nei processi decisionali** sarà un elemento chiave per affrontare gli effetti già in atto del riscaldamento globale e accelerare la transizione verso un'economia più sostenibile. La loro voce, le loro azioni e le conoscenze che stanno acquisendo potranno contribuire in modo significativo a cambiare la prospettiva con cui la società affronta queste sfide e come il settore industriale si dovrà adattare per rispondere alle esigenze di un mondo che è sempre più consapevole degli effetti drammatici del cambiamento climatico.



L'ispirazione virtuosa

Idee per intraprendere un cammino verso un mondo migliore

La sostenibilità è un'impresa

Una bussola per orientare le realtà imprenditoriali, divise tra i rumori di fondo della comunicazione "green", spesso concepita come fine e non mezzo, e le complessità di norme, standard e buone pratiche. La finanza e movimenti d'opinione come "Friday for future", i 17 obiettivi fissati dall'ONU e la crisi pandemica hanno messo in cima alle agende di tutti il tema della sostenibilità. Arricchito dagli interventi di esperti europei in tema di sostenibilità e completato da un capitolo dedicato alla Cina, è un'utile mappa per chi oggi è impegnato a svolgere un nuovo mestiere in azienda, affinché non si perda la rotta che porta verso un futuro migliore per tutti.

MARCO STAMPA, DONATO CALACE, NICOLETTA FERRO
Hoepli | 2023 | 244 pagg. | euro 24,90



L'umanità in pericolo. Facciamo qualcosa subito

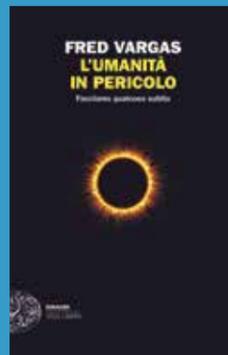
Per anni, le élite politiche e finanziarie hanno nascosto la verità. Senza una drastica riduzione delle emissioni di CO2, entro il 2100 fino al 75% degli abitanti del pianeta potrebbe essere annientata da ondate di calore.

Cambiare non è solo auspicabile, spiega Fred Vargas, ma necessario.

Dobbiamo modificare la nostra dieta per incidere sempre meno sul cambiamento climatico; ridurre drasticamente la produzione di rifiuti e passare all'energia pulita.

Lavorando insieme, riflettendo e immaginando soluzioni, l'umanità può ancora cambiare rotta e salvare se stessa e il pianeta.

F. VARGAS
Ed. Einaudi | 2020
224 pagg.
euro 12,26



La sfida della leadership, come far succedere cose straordinarie nelle organizzazioni

"Trasformare i valori in azioni, le visioni in realtà, gli ostacoli in innovazioni e i rischi in ricompense." La leadership si può imparare, coltivare e sviluppare. Fin dalla sua prima edizione del 1987, La sfida della leadership è il testo di riferimento in materia. Questa settima e nuova edizione proietta le sfide in un mondo che affronta crisi sanitarie, economiche, politiche e climatiche, dove il business evolve a ritmi frenetici e le persone lavorano in modo diverso, sono motivate in modo diverso e hanno aspettative diverse. Questo libro insegna a diventare un leader e a sviluppare il proprio stile di leadership. Spiega come leader straordinari hanno realizzato cose straordinarie, ma soprattutto non manca di ricordare che nel campo della leadership "buono non è abbastanza": non si tratta solo di raggiungere gli obiettivi, un grande leader sa sognare, ispirare e ottenere di più.

J. M. KOUZES, B. Z. POSNER
ed. Apogeo | 2023 | 333 pagg. | euro 23,66



Io e i Green Heroes. Perché ho deciso di pensare verde

La vita di un grande uomo di cinema. L'impegno nella battaglia per salvare il pianeta. La testimonianza di come un mondo diverso sia ancora possibile. Attore e regista italiano tra i più amati, in questo libro Alessandro Gassmann si racconta a cuore aperto, dai giorni dell'infanzia fino ai traguardi del presente... Ma è la nascita di Leo a cambiare davvero tutto: diventare genitori allunga gli orizzonti e proietta le responsabilità nel futuro, oltre la propria esistenza. Nasce così l'idea di incontrare e raccontare i veri eroi del nostro tempo, coloro che, spesso nell'ombra, stanno inventando un modo virtuoso di coniugare economia e ambiente. Scritto con Roberto Bragalone e il supporto scientifico del Kyoto Club, "Io e i #Green Heroes" non è dunque solo un'autobiografia, ma un diario di impegno civico, un racconto appassionato delle storie di chi non sta a guardare di fronte al climate change, e insieme un invito a darci da fare per restituire un futuro ai nostri figli.

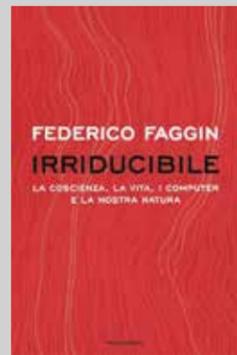
ALESSANDRO GASSMANN
Ed. Piemme | 2022 | 280 pagg.
euro 17,90.



Irriducibile. La coscienza, la vita, i computer e la nostra natura.

Federico Faggin è il padre del microprocessore e di altre invenzioni che hanno rivoluzionato la tecnologia e il mondo in cui viviamo. Con questo libro stravolge ancora una volta il nostro modo di vedere i computer, la vita e noi stessi. Dopo anni di studi e ricerche avanzate ha concluso che c'è qualcosa di irriducibile nell'essere umano, qualcosa per cui nessuna macchina potrà mai sostituirci completamente. "Per anni ho inutilmente cercato di capire come la coscienza potesse sorgere da segnali elettrici o biochimici, e ho constatato che, invariabilmente, i segnali elettrici possono solo produrre altri segnali elettrici o altre conseguenze fisiche come forza o movimento, ma mai sensazioni e sentimenti, che sono qualitativamente diversi. È la coscienza che capisce la situazione e che fa la differenza tra un robot e un essere umano. In una macchina non c'è nessuna "pausa di riflessione" tra i simboli e l'azione, perché il significato dei simboli, il dubbio, e il libero arbitrio esistono solo nella coscienza di un se', ma non in un meccanismo." "Irriducibile" è un saggio capace di tenere insieme rigore scientifico, visionarietà tecnologica e afflato spirituale, che suggerisce una irrinunciabile e inedita fisica del mondo interiore.

F. FAGGIN
Ed. Mondadori
2022 | 300 pagg.
euro 20,90.



Pensieri lenti e veloci

Siamo stati abituati a ritenere che all'uomo, in quanto essere dotato di razionalità, sia sufficiente tenere a freno l'istinto e l'emotività per essere in grado di valutare in modo obiettivo le situazioni che deve affrontare e di scegliere, tra varie alternative, quella per se' più vantaggiosa. Gli studi sul processo decisionale condotti ormai da molti anni dal premio Nobel Daniel Kahneman hanno mostrato quanto illusoria sia questa convinzione e come, in realtà, siamo sempre esposti a condizionamenti - magari dal nostro stesso modo di pensare - che possono insidiare la capacità di giudicare e di agire lucidamente. Illustrando gli ultimi risultati della sua ricerca, Kahneman ci guida in un'esplorazione della mente umana e ci spiega come essa sia caratterizzata da due processi di pensiero ben distinti: uno veloce e intuitivo (sistema 1), e uno più lento ma anche più logico e riflessivo (sistema 2).

D. KAHNEMAN
Ed. Mondadori | 2020 | pagg. 684 | euro 18,52



Podcast

Idee per intraprendere un cammino verso un mondo migliore

Non c'è vita senza acqua, il Podcast

L'acqua ha una vita incredibilmente avventurosa e affascinante. Quella contenuta in un semplice bicchiere, prima di arrivare a noi, ha fatto il giro del mondo svariate volte: è stata negli oceani, nelle nuvole cariche di pioggia, nelle falde sotterranee, in un ciclo che si ripete da milioni di anni. Oggi, con le nuove sfide portate dal cambiamento climatico e dai nostri comportamenti, abbiamo più che mai il dovere di proteggere l'acqua e di utilizzarla in maniera accorta e sostenibile. Durante il primo evento del ciclo Life Talks organizzato da A2A all'Università delle scienze Gastronomiche di Pollenzo, si è parlato proprio di come preservare questo elemento indispensabile per la vita umana. La meteorologa e climatologa Serena Giacomini ci guida in questo viaggio insieme a personalità come Luca Mercalli, Mario Calabresi, Angelo Gaja e altri e altre ancora.



Rumors d'ambiente: Luciano Galimberti Il design per la sostenibilità

Qual è il ruolo del design e dell'architettura, nella progettazione di un mondo più sostenibile? Ne parliamo con Luciano Galimberti, Presidente di ADI (Associazione per il Disegno Industriale).



INNOVATORS' TALKS

Quali sono le innovazioni che cambiano il nostro presente e migliorano il nostro futuro? Scopriamolo con la nuova edizione di Innovators' Talks! Tommaso Agasisti, Associate Dean for Internationalization and Quality e Angela Tumino, Associate Dean for Corporate Education di POLIMI Graduate School of Management, intervisteranno per voi CEO, manager, startupper, personaggi della cultura e dello sport.



Cybersecurity, così l'intelligenza artificiale viene utilizzata per difendere.

È sicuramente una risorsa per gli attaccanti. Ci sono ad esempio le mail di phishing create con l'intelligenza artificiale. La stessa tecnologia potrebbe essere utilizzata per scrivere malware, senza contare i rischi per la disinformazione. Ma in che modo l'intelligenza artificiale può aiutare nella difesa. Partiamo dai dati del Clusit, l'associazione italiana per la sicurezza informatica. Delle 40 aziende produttrici di software di cybersecurity analizzate, ben il 37,5% presenta sul proprio sito web le proprie funzionalità di intelligenza artificiale come forte valore aggiunto della propria offerta. È solo marketing o c'è qualcosa di più? Ne parliamo in questa puntata con Luca Moretto, Chief Technology Officer di Ermes.



Genius Loci

La geografia conta, sempre. I panorami che ci circondano sono il motivo per cui sogniamo certe cose e non altre. Che siano i boschi, i profili delle montagne, le pianure infinite o il mare: quello che abbiamo guardato fin dall'inizio rimane dentro di noi e dentro le nostre imprese.

Gli antichi dicevano che ogni luogo del mondo ha uno spirito che lo abita e lo definisce. Chiamavano questa specie di divinità con il nome di Genius loci – "genio del luogo" – per dire che certe cose nascono in un ambiente preciso e non può essere altrimenti.

Questo è Genius Loci, il podcast voluto da Confindustria Veneto Est per raccontare le storie di imprenditrici e imprenditori, delle loro imprese, e di come siano legate a un territorio poco raccontato, unico e geniale: il Veneto orientale.

Genius Loci è un progetto di Confindustria Veneto Est, lo storytelling e la produzione sono di Storie avvolgibili, il testo e le parole di Miryam Scandola, le voci di Alice Segala e Stefano Mangone.

L'immagine e la comunicazione sono di Pensiero visibile.



"Ci andiamo in bici? Viaggio alla scoperta della sostenibilità ambientale":

Hub4Brand, la unit di MNcomm dedicata a progetti di comunicazione che unisce brand, talent e produttori di contenuto, firma la sua prima produzione vodcast con il nuovo format "Ci andiamo in bici? Viaggio alla scoperta della sostenibilità ambientale", in partenza da lunedì 9 ottobre su Mediaset Infinity. Protagonista del vodcast di green travel, che in sei puntate traccia la rotta per un futuro responsabile, è Francesco Frank Lotta, storico conduttore di Radio Deejay appassionato di on the road e di tematiche ambientali. Ogni lunedì alle 18 su Mediaset Infinity, Francesco Frank Lotta va alla ricerca di testimonianze e di risposte sulla possibilità di uno sviluppo sostenibile che non penalizzi le future generazioni. Nelle sei puntate, in sella alla sua bici Frank traccia una traiettoria su come sta cambiando la sensibilità nel nostro Paese sui temi della sostenibilità, e lo fa in ascolto e dialogo con i suoi ospiti, per provare a comprendere se i comportamenti e le abitudini possono cambiare, se lo straordinario può trasformarsi in ordinario abbracciando una filosofia di vita più rispettosa dell'ambiente.



GENTILI LETTORI GRAZIE

per l'attenzione ma soprattutto per aver
avuto la pazienza di leggerci fin qui.

Il nostro impegno per comunicare, e
promuovere, un nuovo modo di pensare e
di vivere continua come sempre on line su
Humaneworldmagazine.



Inquadrate il QR Code per navigare sul nostro sito o seguitemi sulle nostre pagine social
Linkedin, Facebook e Youtube.
Se volete invece farci conoscere la vostra opinione, avete suggerimenti o voglia di scrivere
potete contattarci, saremo felici d'incontrarvi su redazione@humaneworldmagazine.com



CRE DITS

Humane World Magazine è una testata giornalistica di PST Galileo SPA. (Padova) Tutti i diritti riservati.
Iscrizione Tribunale di Padova 8973/2023 RVG

DIRETTORE RESPONSABILE
Isabella Zotti Minici

REDAZIONE
Francesca Ricciardi
Marco Camporese

GRAPHIC DESIGNER
Sabrina Girardin

EDITORE
Fòrema Srl
Padova (PD)

STAMPA
Biblos Stampa & Editoria
Cittadella (PD)



• • • GA
• • • LI
• • • LEO
visionary district

fòrema

LE
VILAGE
Collaborare per innovare
by 

