humane world
magazine

In questo numero

EDITORIALE
Restare umani, nonostante tutto

Sostenibilità e volontariato

L'AI al servizio delle persone

RUBRICHE
mAIeutica: dialoghi con l'AI

restiamo umani

Novembre 2025
Edizione 03

In questo numero

02 Restare umani, nonostante tutto
Editoriale

04 Il Modello SID
Social impact – Visioni

06 Benessere collettivo
Social impact – Visioni

08 Sostenibilità e volontariato
Social impact – Visioni

10 Responsabilità sociale e crescita economica
Social impact – Visioni

12 Governance responsabile
Social impact – Visioni

14 Oltre la collaborazione
Social impact – Visioni

16 Vite vere
Innovazione – Best of 2025 – Intervista

18 Deforestazione tropicale
Sostenibilità – Best of 2025

20 Cura e sostenibilità ristorativa
Social impact – Best of 2025 – Intervista

22 Koesi
Sostenibilità – Best of 2025 – Intervista

24 HR+ Contest
Social impact – Best of 2025

26 Un ritratto oltre la morte
Social impact – Best of 2025 – Intervista

30 Biomimesi
Innovazione – Best of 2025

32 Packaging su misura
Innovazione – Intervista

34 L'AI al servizio delle persone
Innovazione – Intervista

36 L'artigianato del domani
Social impact – Intervista

38 L'agenda 2030
Sostenibilità

40 Identità e diritto allo studio
Social impact

42 Tornare a casa dal mondo, a piedi
Social impact – Intervista

44 Coltivare connessioni
Sostenibilità

46 Social freezing
Social impact – Intervista

48 Mecc Alte con Galileo
Innovazione

50 AIDP, il valore della community
Innovazione – Intervista

52 Un futuro più consapevole
Social impact

54 Siav
Social impact – Intervista

56 Padova Ateneo sostenibile
Sostenibilità

58 mAIeutica
Innovazione – Rubrica

60 Consigliati da leggere

62 Consigliati da ascoltare

64 Credits

Isabella Zotti Minici
Direttrice responsabile
Humane World Magazine

Editoriale

Restare umani, nonostante tutto

Ci siamo assuefatti. È questa la malattia più infame del nostro tempo: non la guerra, non la fame, non la povertà ma l'indifferenza. L'abitudine alla tragedia. Ci siamo addormentati di fronte all'orrore come si chiude una finestra la sera: per non sentire le urla. Abbiamo smesso di indignarci. Ci hanno convinti che la compassione è debolezza, la giustizia un lusso, la dignità un costo non sostenibile.

E così — senza spari, senza dittatori — abbiamo perso l'anima. Abbiamo trasformato la vita in una statistica, il dolore in un indice di rischio, la coscienza in un algoritmo.

Nel 2024, l'1% più ricco del pianeta possedeva più del doppio della ricchezza del restante 99%. Il 60% della popolazione mondiale vive in insicurezza economica, e il 12% ammette di non poter coprire i bisogni fondamentali. Intanto, nel 2023, la ricchezza dei miliardari cresceva di 2.000 miliardi di dollari l'anno, mentre 783 milioni di persone non avevano cibo sufficiente per sopravvivere. Ecco il miracolo del nostro secolo: più soldi, meno umanità.

Negli Stati Uniti, una vita vale 11 milioni di dollari. In Africa, quasi zero. Si chiamano "vite statistiche": si calcola quanto costa salvarle, non quanto valgono.
E mentre gli economisti stimano in 6 trilioni di dollari l'anno le perdite dovute alle morti evitabili, nessuno parla delle coscienze perdute.
Nel 2019, il 69% delle morti globali era evitabile.
Quaranta milioni di persone che avrebbero potuto vivere. Quaranta milioni di silenzi. Quaranta milioni di vergogne.

Abbiamo inventato macchine che pensano, ma abbiamo dimenticato come si prova vergogna. Abbiamo delegato alle intelligenze artificiali il potere di decidere chi merita credito, chi lavoro, chi vita. Il secolo dei robot è anche il secolo in cui la vita vale meno di un chip.

Il traffico di esseri umani è aumentato del 25% dopo la pandemia.
Il coefficiente di Gini della disuguaglianza mondiale è salito a 60.
Ogni punto in più, dice Cambridge, ruba 0,3 anni di vita media.
Eppure non si protesta. Non si scende in piazza per un algoritmo.
La morte digitale non fa rumore.

Restare umani, oggi, è diventato un atto di disobbedienza civile. Vuol dire opporsi alla dittatura del profitto, alla freddezza dei numeri, alla neutralità morale delle statistiche. Vuol dire ricordare che una vita vale non per quanto produce, ma per quanto esiste.

Non basta la tecnologia, serve la tenerezza. Non bastano le leggi, serve la vergogna.

Oriana Fallaci scrisse: "Essere uomini è un mestiere difficile, e soltanto pochi ce la fanno." E oggi, ce la fanno solo i ribelli dell'anima. Quelli che si ostinano a provare dolore. Quelli che non si arrendono al cinismo, che non accettano la disumanizzazione come destino inevitabile.
Restare umani non è un atto di bontà: è un atto di resistenza.

Ecco perché questo numero di Humane parla di resilienza e visione, non di retorica. Racconta chi costruisce valore dove il mondo distrugge:

- chi misura il progresso in coesione sociale e non solo in PIL
- chi trasforma l'impresa in comunità, come Fòrema o Confindustria Veneto Est, che fanno della parità e del welfare una strategia vincente
- chi riscopre la forza del volontariato, con i suoi 4,7 milioni di volontari in Italia
- chi innova senza tradire l'etica, o chi porta il design dentro la natura
- chi fotografa la morte per restituire senso alla vita
- chi combatte la deforestazione tropicale che ogni anno uccide 28.000 persone per calore e inquinamento
- chi usa l'intelligenza artificiale per restituire autonomia a chi ha disabilità, non per sostituire l'uomo.

Ogni articolo è un atto di resistenza morale, un grido gentile contro l'anestesia del nostro tempo.
I numeri non salveranno il mondo. Le coscienze, sì.
E se anche restare umani oggi sembra inutile, è proprio per questo che bisogna farlo.
Perché — come scriveva Camus — "il crimine più terribile è quello commesso in nome della ragione".
E noi, in nome della ragione, stiamo distruggendo la vita.

Restare umani non è una virtù.

È una rivoluzione.

Paolo Giopp
Presidente del Parco Scientifico e Tecnologico GalileoVD

Visioni

Il Modello SID: quando la formazione genera valore per le imprese e il territorio

Alla Scuola Italiana Design, uno degli asset del GalileoVD, il legame con le imprese non è un'attività accessoria, ma parte integrante del nostro DNA didattico. Fin dall'inizio, i progetti degli studenti vengono sviluppati in collaborazione con aziende di diversi settori, creando un ponte tra formazione e mondo produttivo. Questo modello ci permette non solo di formare giovani designer pronti a confrontarsi con le sfide reali, ma anche di generare valore per le imprese partner. Per misurare questa ricaduta abbiamo condotto un'indagine sui progetti SID, raccogliendo risultati che mostrano con chiarezza quanto il design possa incidere sulla crescita culturale e industriale.

I numeri raccontano bene questa storia. Consideriamo degli esempi: il seggiolino Chicco 360 (Artsana) ha superato le 80.000 unità vendute dal 2018, diventando un prodotto di riferimento per la mobilità infantile. La stampante 3D EVERES (Sisma) ha raggiunto oltre 1.000 pezzi venduti in 40 Paesi, aprendo nuove opportunità di mercato e consolidando l'innovazione made in Italy.

Non si tratta solo di prodotti, ma anche di esperienze capaci di trasformare il modo in cui le persone percepiscono un brand.

Con Tempo Box (SCA) gli studenti hanno realizzato 1 milione di confezioni in edizione limitata, dimostrando che anche un imballo può diventare strumento narrativo ed emozionale. Con Elite per Coca-Cola il design ha ripensato le dinamiche di visibilità nei punti vendita, supportando un'operazione diffusa in oltre 400 store in tutta Italia.
Il packaging diventa spesso veicolo di identità: nel caso di Kioene, gli studenti hanno sviluppato concept grafici e di prodotto capaci di rafforzare la percezione di un brand legato alla sostenibilità e all'alimentazione consapevole, con una produzione quotidiana di decine di migliaia di confezioni.

Un passaggio centrale della nostra didattica è la convinzione che la creatività decondizionata – libera dai vincoli del settore e delle abitudini consolidate – sia la leva più potente per innovare. È un approccio che si alimenta di multidisciplinarietà e che trova un esempio emblematico nella collaborazione con Maschio Gaspardo. Portare il design in un comparto come l'agricoltura ha significato introdurre nuovi linguaggi, capaci di rendere una seminatrice come la Chrono non solo più efficiente, ma anche più intuitiva per l'utente, premiata a livello internazionale come esempio di innovazione.

C'è infine un elemento che considero fondamentale: l'effetto sulle persone. Molti dei nostri alumni oggi guidano team di design all'interno delle aziende partner, portando avanti quella contaminazione di pensiero che è il vero capitale dell'innovazione. Un caso emblematico è quello di Unox, che ha costruito il proprio dipartimento di design coinvolgendo in maniera determinante i diplomati SID. Oggi, grazie a quel percorso, l'azienda può contare su un team formato per l'80% da nostri ex studenti, capace di conquistare 14 riconoscimenti internazionali, tra cui 6 Red Dot Design Awards.
Guardando a questi risultati, il messaggio è chiaro: se vogliamo che le imprese italiane continuino a restare competitive, dobbiamo continuare a investire nella creatività dei giovani e nei luoghi che sanno trasformarla in opportunità.
Scuola Italiana Design, insieme agli altri dipartimenti che costituiscono il Galileo Visionary District, rappresenta uno di questi luoghi: un ecosistema in cui formazione, ricerca e impresa dialogano quotidianamente. Non un contenitore di idee astratte, ma un laboratorio concreto in cui il futuro non si predice, si progetta.

1. Chicco 360 – Artsana
Un progetto che unisce funzionalità e cura del dettaglio: dal lavoro degli studenti SID è nato un seggiolino che accompagna i momenti quotidiani, trasformandoli in esperienze più semplici e sicure.

2. Chrono – Maschio Gaspardo
Un progetto che ha introdotto il design e lo stile italiano in un settore tecnico come quello degli attrezzi agricoli, dimostrando che anche la produttività può dialogare con estetica e innovazione.

3. Unox Design Department
Un dipartimento di design nato e cresciuto grazie agli alumni SID. Qui, giovani progettisti hanno costruito un linguaggio visivo e funzionale che ha dato all'azienda un respiro internazionale e un'identità riconosciuta in tutto il mondo.

Enrico Del Sole
Presidente di Fòrema

Visioni

Benessere collettivo: la nostra scelta per il futuro delle persone e delle imprese

In un mondo che corre veloce tra transizioni ecologiche, rivoluzioni digitali e nuove sfide economiche, le imprese non possono più limitarsi a "fare bene il loro lavoro". Oggi il successo si misura anche dall'impatto positivo che sanno generare sulla vita delle persone e sul territorio in cui operano. Per Fòrema questa convinzione non è uno slogan: è la bussola che orienta ogni scelta. Il secondo Bilancio di Sostenibilità che presentiamo per il periodo 2023-2024 racconta un impegno concreto e misurabile, che parte dall'interno – dai nostri dipendenti – e si estende alla comunità, al tessuto produttivo e alle reti europee in cui siamo inseriti. Il nostro impegno è quello dei nostri partner, per questo applichiamo lo studio che facciamo alla nostra azienda anche ai clienti, ai quali forniamo i servizi per certificarsi a vari livelli.

Abbiamo ad esempio conseguito la certificazione UNI/PdR 125:2022 per la parità di genere, adottando politiche concrete su equità salariale, welfare, conciliazione vita-lavoro e smart woking. L'80% dei nostri 45 dipendenti a tempo indeterminato è composto da donne, con un incremento netto di due unità rispetto all'anno precedente. Questo dato, che ci pone tra le realtà più inclusive del territorio, non è un traguardo ma una responsabilità: significa valorizzare il talento femminile e investire in una cultura aziendale capace di includere e motivare.

Abbiamo rafforzato il nostro welfare interno: +15% di flessibilità oraria grazie a modalità di lavoro più elastiche, +22% di ore di formazione continua per il personale, introduzione di buoni pasto e sistemi di MBO per incentivare le performance, senza dimenticare il benessere psicofisico, con corsi di yoga e mindfulness. Queste non sono "attenzioni accessorie", ma scelte strategiche: un dipendente che lavora in un ambiente equilibrato e rispettoso è una persona che cresce e fa crescere l'organizzazione.

Sostenibilità sociale significa anche guardare fuori dai nostri confini. Nell'ultimo anno abbiamo incrementato del 60% le collaborazioni con istituti scolastici, organizzato corsi gratuiti per NEET e disoccupati e promosso eventi culturali sul territorio. Così costruiamo ponti tra formazione, lavoro e comunità, offrendo opportunità concrete a chi rischia di restare ai margini. Non possiamo ignorare che il Veneto, cuore produttivo del Paese, deve essere anche un territorio capace di inclusione e rinnovamento sociale.

Siamo convinti che le imprese non possano più considerare la sostenibilità un "plus opzionale". Oggi, chi sceglie di certificarsi sostenibile e di investire nel sociale non risponde soltanto a un dovere etico: conquista anche un vantaggio competitivo. I mercati, gli investitori e i talenti più promettenti guardano con crescente attenzione all'impegno ambientale e sociale. Non si tratta di marketing, ma di sostanza: un'azienda che mette le persone al primo posto è un'azienda che resiste meglio alle crisi e costruisce futuro.

Non aspettate che le normative vi costringano: trasformate l'impegno per il sociale in una leva strategica.

Siate attori di una transizione che non è solo ecologica, ma profondamente umana. Le persone sono il capitale più prezioso, e investire nel loro benessere significa costruire valore duraturo. Fòrema continuerà a fare la sua parte: formare, innovare, accompagnare il territorio e le aziende verso un futuro in cui sostenibilità e competitività non siano alternative, ma due facce della stessa medaglia.

In un'epoca segnata da incertezze globali, dalle tensioni geopolitiche al cambiamento climatico, scegliere la sostenibilità sociale è un atto di coraggio e di responsabilità. È credere che il progresso non possa essere disgiunto dall'inclusione e dal rispetto dell'ambiente. È la promessa che Fòrema rinnova ogni giorno ai suoi dipendenti, ai suoi partner e al territorio: crescere insieme, senza lasciare indietro nessuno.

Gilberto Muraro
Presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo

Sostenibilità e volontariato

L'attuale parola d'ordine nel campo dei servizi sociali è *community welfare*. La comunità solidale è vista come l'evoluzione inevitabile del welfare state in una fase storica in cui la finanza pubblica, arrivata da tempo a livelli di pressione fiscale difficilmente aumentabili, non riesce a rispondere appieno alla domanda di assistenza che proviene da una società che invecchia, che affronta il declino demografico e che non ha ancora trovato la via per una integrazione soddisfacente degli immigrati.

Nell'enorme varietà delle azioni poste in essere dal terzo settore, che rappresenta l'espressione operativa della comunità solidale, c'è un denominatore comune dal punto di vista economico. Si tratta della fornitura di servizi a costi inferiori ai prezzi di mercato. Le persone che operano nel terzo settore mettono più lavoro o si accontentano di un compenso inferiore rispetto al settore profit, così come le rispettive imprese e cooperative sociali si accontentano di risultati monetari inferiori rispetto alle imprese che massimizzano il profitto.

Il divario massimo tra i due mondi si osserva nel caso del volontariato, dove tutto è donato agli altri. Giustamente il volontariato viene ammirato per i valori che incorpora e che superano lo specifico rapporto diretto tra volontario e beneficiario:

comunque si esplichi, il volontariato è un potente fattore di solidarietà, di gentilezza e di coesione che investe tutta la società e la rende migliore.

Ma qui voglio porre l'accento sul mero aspetto economico e ricordare quindi che è il volontariato a rendere sostenibili molti servizi alla persona. Se operasse unicamente il welfare state, non solo ci sarebbe una grave perdita di vicinanza umana e di flessibilità, a causa delle regole uniformi e rigide che il settore pubblico inevitabilmente tende ad adottare; ci sarebbe anche la scomparsa di tante attività solidali e quindi una caduta drammatica di qualità della vita sociale.

Si comprende allora la diffusa preoccupazione con cui è stata accolta la notizia di un calo del volontariato. Secondo l'Istat, nel 2023 il volontariato risulta diminuito di 3,6 punti percentuali rispetto al 2013, anche se rimane ancora un esercito poderoso di 4,7 milioni di persone, pari al 9,1% della popolazione. La pandemia sembra essere stato un fattore importante di questa evoluzione, che vede anche un calo del volontariato strutturato e un aumento del cosiddetto volontariato ibrido, ossia dell'impegno individuale in forme più flessibili. Ben venga il volontariato in qualsiasi forma, ma non neghiamo che il suo impatto aumenta nelle forme più strutturate. Ciò spiega perché la Fondazione Cassa di Risparmio di Padova e Rovigo, che nel volontariato vede il principale partner operativo, sia impegnata su un duplice fronte: quello della crescita del volontariato, mediante il sostegno diffuso non solo delle sue attività ma anche delle manifestazioni che danno ad esse adeguata visibilità; e quello dell'efficienza del volontariato, attraverso programmi di capacity building che stimolino i processi di aggregazione e di buona organizzazione. Lunga vita e buon lavoro al volontariato!

4,7 mln

Persone coinvolte nel volontariato nel 2023 [Istat, luglio 2025]

9,1%

Percentuale di popolazione over 15 coinvolta [Istat, luglio 2025]

-3,6%

Calo del volontariato nel periodo 2013-2023 [Istat, luglio 2025]

Antonio Santocono
Presidente della Camera di Commercio di Padova

Dalla responsabilità sociale alla crescita economica: la sfida sostenibile di Padova

In un contesto globale segnato da transizioni epocali, la sostenibilità non è più un'opzione ma una necessità. Padova, forte di una solida tradizione civica e imprenditoriale, sta affrontando questa sfida con una visione integrata che pone al centro la sostenibilità sociale come fattore abilitante dello sviluppo economico locale.
La Camera di Commercio di Padova ha scelto di giocare un ruolo attivo in questo processo, promuovendo una cultura d'impresa capace di coniugare crescita economica, coesione sociale e benessere diffuso. Il Climate City Contract e il progetto Padova 2030 Zero Emissioni, firmati in sinergia con il Comune e gli stakeholder del territorio, rappresentano una cornice strategica in cui si intrecciano obiettivi climatici, rigenerazione urbana, innovazione e partecipazione.

Non esiste città intelligente senza cittadini consapevoli.

Per questo la Camera investe nel capitale umano, nella formazione e nella responsabilità sociale delle imprese. Iniziative come il volontariato d'impresa alle Cucine economiche popolari o i progetti europei per il benessere organizzativo e la prevenzione del burnout testimoniano un approccio concreto alla sostenibilità sociale, dove il lavoro torna a essere spazio di crescita e relazione.
Accanto ai temi ambientali e tecnologici, l'attenzione si concentra anche sulle nuove fragilità sociali, soprattutto quelle giovanili e di genere. Attraverso il supporto al Comitato per l'Imprenditoria Femminile e percorsi di educazione finanziaria e parità, la Camera promuove una vera rivoluzione culturale, capace di trasformare i valori in prassi quotidiana, nelle imprese come nelle istituzioni.
Rigenerare i quartieri, sostenere l'intermodalità e l'economia green, come dimostra l'attività dell'Interporto, sono tasselli di un disegno più ampio che mira a rilanciare Padova come Hub metropolitano sostenibile, dove

sviluppo e inclusione si alimentano reciprocamente. Gli investimenti pubblici e privati, in particolare nei settori della logistica, della digitalizzazione e dei servizi, rappresentano non solo un volano economico, ma anche uno strumento per ricucire il tessuto sociale, creare occupazione qualificata e restituire valore alle comunità.
La pandemia ha accelerato la consapevolezza del bisogno di nuovi modelli organizzativi, più flessibili, etici e orientati al bene comune. In questo quadro, la responsabilità sociale d'impresa assume un ruolo centrale: le aziende che integrano criteri ESG nelle loro strategie non solo rispondono alle aspettative degli stakeholder, ma generano fiducia, reputazione e valore durevole.

La Camera di Commercio di Padova lavora per diffondere questo approccio tra le PMI locali, sostenendo la co-progettazione tra imprese, istituzioni e terzo settore.
La visione è chiara: lo sviluppo economico del territorio passa attraverso l'inclusione, la collaborazione e la responsabilità condivisa.
Padova, già Capitale europea del volontariato nel 2020, ha tutte le carte in regola per diventare anche un modello nazionale di sostenibilità sociale. Un modello che nasce dal dialogo, si nutre di partecipazione e si traduce in crescita concreta, equa e duratura.

Paola Carron
Presidente di Confindustria Veneto Est

Governance responsabile: la nuova rotta delle aziende venete

Negli ultimi anni, la sostenibilità sociale è diventata protagonista nelle strategie aziendali, spinta dalla crescente attenzione ai temi ESG. **Non è più solo una questione di "fare del bene": oggi, integrare valori come equità, benessere lavorativo e responsabilità verso il territorio è una scelta strategica, capace di generare valore reale e duraturo.**

Anche in Veneto, cuore manifatturiero d'Italia, le aziende stanno cambiando passo. Le politiche sociali non sono più iniziative isolate, ma parte integrante del modello di business. Due sono le grandi sfide che guidano questo cambiamento: da un lato, la necessità di attrarre e trattenere talenti in un contesto demografico complesso; dall'altro, il bisogno di rafforzare il legame tra impresa e territorio, creando valore condiviso.

Le imprese più dinamiche si stanno dotando di strumenti concreti per misurare e comunicare il proprio impatto sociale. Un esempio? La certificazione UNI/PdR 125:2022, che promuove la parità di genere in azienda attraverso indicatori chiari su carriera, equità retributiva, tutela della genitorialità e cultura inclusiva. Ottenere questa certificazione non è solo un vantaggio reputazionale: può aprire la strada a premi, agevolazioni e nuove opportunità nei bandi pubblici.

Ma non è tutto. Sempre più aziende monitorano la propria catena di fornitura, valutando l'impatto sociale delle attività lungo tutto il valore produttivo, con attenzione particolare alle condizioni di lavoro e all'impatto sul territorio.

Le persone al centro

La sostenibilità sociale si traduce in azioni concrete: piani di welfare, orari flessibili, formazione continua, strumenti per conciliare vita e lavoro, supporto alla genitorialità. Sono segnali di una cultura aziendale che evolve, mettendo al centro la persona e valorizzando il capitale umano come vero motore di competitività.

Ma l'impegno sociale non si ferma ai cancelli dell'azienda. Le imprese che scelgono la sostenibilità diventano protagoniste attive nelle comunità locali, collaborando con scuole, enti del terzo settore e istituzioni pubbliche. Sostenere iniziative culturali, educative e sociali significa contribuire al benessere collettivo e rafforzare il tessuto sociale del territorio.

Il ruolo di Confindustria Veneto Est

In questo scenario, Confindustria Veneto Est si fa promotrice di una cultura d'impresa responsabile e trasparente, favorendo la diffusione di modelli sostenibili e la condivisione di buone pratiche tra le aziende. L'associazione offre supporto concreto, soprattutto alle micro e piccole imprese che spesso non dispongono di risorse e competenze dedicate.

Tra i progetti più significativi, spiccano i percorsi di formazione per persone immigrate, realizzati dalla Fondazione Collabora, e le iniziative per favorire l'inserimento lavorativo con soluzioni abitative a costi "sociali". Questi interventi rispondono sia alla carenza di personale, sia all'esigenza di creare un contesto accogliente per chi arriva nei nostri territori.

Guardando al futuro

Il vero salto di qualità sarà trasformare le tante iniziative in modelli condivisi, capaci di ispirare tutto il sistema economico veneto. L'attenzione alle persone, al lavoro dignitoso, all'inclusione e all'impatto territoriale è ormai un asset strategico, in grado di creare valore nel lungo periodo per le imprese e l'intero ecosistema.

Marco Stevanato
Presidente del CdA di LeVillage by CA Triveneto

Oltre la collaborazione: il progetto vincente di Le Village by CA Triveneto

Avere un'idea è facile: basta l'intuizione, e l'apertura necessaria a coglierla quando arriva. Diverso è avere una visione.

La visione già considera elementi concreti e contestuali, la geografia dei luoghi, i possibili partner, le modalità che permettono all'essere umano di agire, di mettere a terra ciò che gli occhi hanno prefigurato nell'immaginazione.

Le Village by Crédit Agricole Triveneto è figlio di una visione: ha guardato a entità già esistenti - gli altri Villaggi del gruppo bancario francese, in Europa e in Italia (Milano, Parma) - ha osservato il territorio, ne ha interconnesso le parti. Era il 2021, e un anno dopo, il 29 settembre 2022, nasceva quel nuovo spazio visto nel futuro: un ibrido, rispetto ai suoi fratelli, e un modello, già replicato in Sicilia e a breve riproposto per il futuro Village by CA Campania, con sede a Napoli.
Se il modello Le Village è un esempio di collaborazione volta all'innovazione, Le Village by CA Triveneto è andato oltre quella collaborazione, ne ha spinto i limiti ridefinendo il modello base da cui ha tratto ispirazione, dal punto di vista geografico, gestionale ed economico. L'idea era portare quello che in gergo si definisce "ecosistema dell'innovazione" in Veneto. La visione è andata oltre: ha guardato a Padova, come punto nodale a cui potesse accedere tutta l'area geografica del Triveneto, e non solo una singola città; la visione ha visto la compartecipazione sociale degli enti locali: Camera di Commercio, Fondazione Cariparo, Confindustria Veneto Est, Università di Padova - attraverso la fondazione UniSmart - e Parco Scientifico e Tecnologico Galileo Visionary District. La visione ha mirato un luogo dove altre piccole, nuove iniziative imprenditoriale potessero avere la stessa lungimiranza, per crescere nelle interconnessioni tra le singole imprese e creare un sistema virtuoso ed equamente vantaggioso per tutte le parti in gioco.

Quando una nuova impresa ha inizio ci sono delle aspettative da rispettare, o a cui aspirare. Quelle aspettative, per Le Village by CA Triveneto, sono state superate già nel primo anno. In questi tre anni, il Villaggio di Veneto, Friuli Venezia-Giulia e Trentino Alto-Adige, ha ospitato più di 300 eventi, spingendo all'impresa e all'innovazione oltre 60 startup, mantenendo la prospettiva sulle sfide che attendono i prossimi decenni, come gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU. Ultimo in ordine cronologico è iANG – Intelligenza Artificiale New Generation, iniziativa del Comitato Territoriale Nord Est di Credìt Agricole e di Le Village Triveneto by CA di questo 2025: un insieme di attività per mettere in contatto imprese innovative, startup e giovani talenti. Un progetto dedicato al sostegno dell'innovazione, grazie all'implementazione dell'IA nei flussi di lavoro e nei modelli di business. Un'iniziativa di successo, tanto da guadagnarsi già la conferma per iANG 2, nel prossimo 2026.

Ciò è stato possibile lanciando lo sguardo oltre l'orizzonte già delineato. Non uno sguardo solitario e unico, ma una visione di insieme, dove il panorama all'orizzonte è stato delineato dagli occhi di tanti, insieme.
La direzione è tracciata, il punto focale è nell'iride di tutti colori che vivono a Le Village by CA Triveneto. Si continua a fare impresa: guardando oltre il futuro, oltre le collaborazioni.

Guido Marangoni
Ingegnere informatico
creatore di Vite Vere

Best of 2025
Innovazione

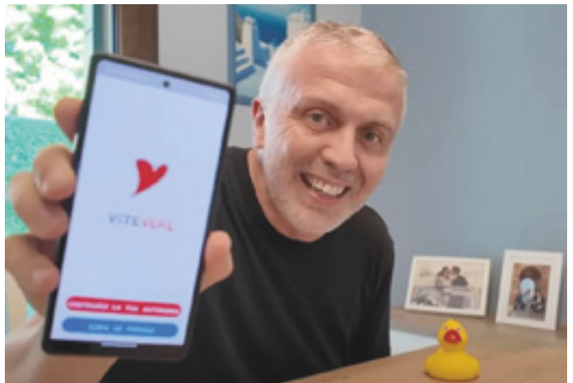
Intervista

Vite vere, l'app per vivere la disabilità con maggiore autonomia

Lo scorso maggio, durante il TEDx a Padova, è salito sul palco un ingegnere informatico che ha presentato un progetto dal forte impatto sociale. Si chiama Guido Marangoni e ha realizzato l'applicazione Vite Vere, un supporto innovativo che aiuta ragazzi con disabilità intellettiva a svolgere attività quotidiane in autonomia.

Guido è il papà di Anna, una bambina con sindrome di Down. Per chi, come lei, affronta ogni giorno sfide legate all'autonomia, ha sviluppato un' app capace di fornire assistenza concreta nella gestione domestica e lavorativa. Grazie all'intelligenza artificiale di Google Gemini, integrata nel sistema, l'applicazione analizza le foto scattate dagli utenti e restituisce istruzioni precise tramite una guida audio.

Lo scorso anno Vite Vere è stata premiata alla competizione mondiale "Gemini API Developer Competition" di Google, ottenendo due riconoscimenti: Most Impactful App e People's Choice Award. Questo risultato ha portato il progetto di Guido all'attenzione internazionale.



Prima dell'app esisteva già la Fondazione Vite Vere. Come ti sei avvicinato al mondo della disabilità? Ho sempre frequentato ambienti parrocchiali e ho fatto il volontario in realtà che si occupano di persone diverse, come l'Opera della Provvidenza S. Antonio di Padova. Poi è arrivata Anna, la mia terza figlia, che ha la sindrome di Down. Da quel momento ho iniziato a frequentare la cooperativa Vite Vere. Successivamente ho contribuito alla nascita della Fondazione Vite Vere Down Dadi, di cui sono co-fondatore.

Qual è il tuo background professionale? Sono un ingegnere informatico, ma in parallelo ho sempre coltivato la passione per il teatro e la comicità. Ho frequentato diversi laboratori di Zelig, che mi hanno aiutato a raccontare meglio la disabilità in chiave leggera. L'arrivo di Anna è stato per me un punto di svolta: ho deciso di unire le competenze tecniche a quelle comunicative, iniziando con una rubrica sul Corriere della Sera dal titolo "Buone notizie secondo Anna". Il messaggio è semplice: la disabilità, specialmente quando viene annunciata, può sembrare una brutta notizia. Ma la persona che c'è dietro è sempre una buona notizia.

Dalla fondazione alla realizzazione dell'app: come è nata questa scelta? All'interno della fondazione abbiamo creato appartamenti-palestra, luoghi dove ragazzi e ragazze possano sperimentare momenti di autonomia: cucinare, fare la spesa, riordinare la stanza. Attività che per molti sono scontate, ma che per chi ha una disabilità intellettiva richiedono tempo e supporto. Da qui è nata la volontà di utilizzare l'intelligenza artificiale in modo "buono", creando un prototipo che ha attirato l'attenzione di Google. L'app Vite Vere fornisce istruzioni passo-passo per svolgere le attività quotidiane, aiutando così chi la utilizza a diventare più indipendente.

Hai partecipato a un concorso internazionale di Google API Gemini. Com'è stata questa esperienza? L'anno scorso Google ha lanciato un concorso globale invitando gli sviluppatori a creare app basate sull'intelligenza artificiale Gemini. Il concorso è andato al di là di ogni aspettativa e di ogni sogno. L'app è stata premiata come applicazione a maggiore impatto e più votata al mondo. Questo mi ha dato grande visibilità, specialmente nell'ambito tecnico. Ho potuto partecipare all'evento mondiale di Google a Las Vegas e il ministro della Disabilità, Alessandra Locatelli, mi ha invitato a presentare l'app come buona pratica alle Nazioni Unite a New York. Ora sto lavorando alla creazione di una startup tecnologica, perché se l'app verrà utilizzata da centinaia di migliaia di persone in tutto il mondo, serviranno strumenti solidi per garantirne la scalabilità.

Come l'app favorisce davvero l'autonomia? C'è una frase che ripeto spesso: ognuno di noi vuole essere autonomo, ma per esserlo davvero ha bisogno degli altri. Autonomia non significa fare tutto da soli, ma essere messi nelle condizioni di dare il proprio contributo, di partecipare alla vita sociale. Questa frase mi sta molto, molto a cuore perché voglio comunicare che quando si pensa all'autonomia questa comporta dignità, possibilità di partecipare alla vita del mondo sociale. Significa essere messo nella condizione di scegliere le cose, di mettere a posto la camera, fare la spesa, cose all'apparenza molto semplici. La mia paura è quella che l'intelligenza artificiale venga vista come uno strumento un po' pericoloso e alienante, capace di sostituire in qualche modo l'aiuto degli altri. Invece è il contrario. Vuole essere di supporto a tutte le attività che vengono fatte da genitori, da operatori, da strutture, per questi percorsi di autonomia.

In un TEDx, Power of Weakness sulla potenza e fragilità, hai detto che le persone, quando si parla di disabilità, tirano fuori il lato migliore e che le paure che si riescono a guardare in faccia si trasformano in coraggio. In quale momento hai imparato questa lezione e come hai trasformato la tua paura in coraggio? La diversità ci fa paura, soprattutto quella che non conosciamo o, meglio ancora, la diversità con la quale non siamo abituati a relazionarci normalmente. Questo capita spesso con la disabilità, che è un amplificatore di questa dinamica. Quando proviamo quell'imbarazzo, c'è la possibilità di avere un incontro. Molto spesso rinunciamo a questi incontri, definendo già chi c'è dall'altra parte. Dobbiamo rendere la zona di imbarazzo un po' più accogliente, ma anche più leggera, non prendendoci troppo sul serio. Ho notato che nel momento in cui racconto la mia fragilità, dall'altra parte ho un riscontro positivo. Io sono convinto che gli incontri più potenti fatti nella nostra vita li abbiamo quando ci siamo sentiti liberi di raccontare le nostre fragilità o comunque come siamo realmente.

Puoi fare un esempio? Quando vado a parlare nelle scuole con i ragazzi, dico loro: adesso dobbiamo fare un patto. Quando nominerò Anna, nella vostra mente sostituitela col vostro nome, e quando nominerò sindrome di Down, sostituitela con una vostra fragilità, con una cosa che non dite a nessuno, che vi pesa. E' un esercizio semplice ma potente, che ci aiuta a guardare dentro di noi e a capire che la fragilità, condivisa, può trasformarsi in forza. La leggerezza e l'auto-ironia si allenano entrando nella zona di imbarazzo, e sono due qualità fondamentali per mantenere aperti i canali di comunicazione.

Marco Camporese

Pietro Boniciolli
Vicepresidente del WWF Trieste

Best of 2025
Sostenibilità

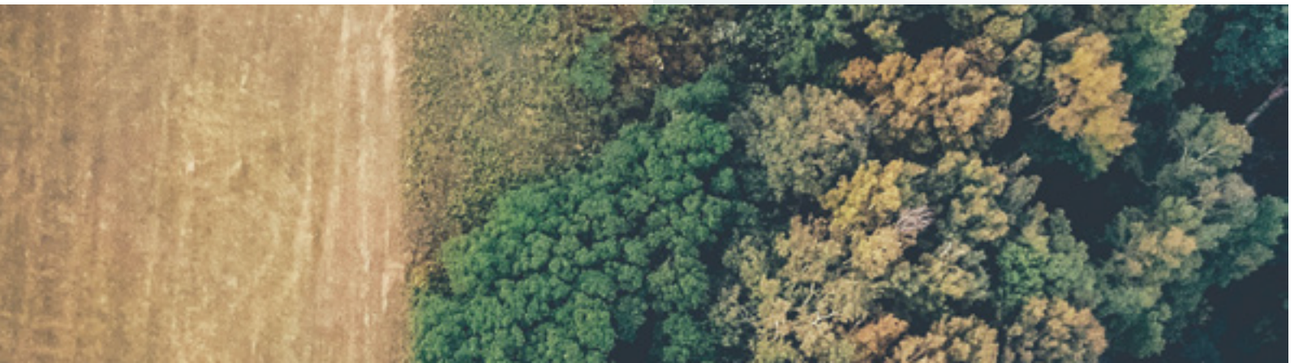
Deforestazione tropicale:
un motore nascosto dell'aumento delle temperature e dei rischi per la salute umana

La deforestazione tropicale amplifica l'aumento delle temperature medie locali e lo stress termico, riducendo le ore di lavoro sicure all'aperto e causando significativi rischi alla salute umana a lungo termine.

Negli ultimi due decenni, la deforestazione tropicale ha assunto proporzioni allarmanti, con conseguenze non soltanto per la biodiversità e il clima globale, ma anche per la salute delle popolazioni che vivono nelle aree interessate. Una recente ricerca pubblicata su Nature Climate Change [1] fornisce la prima valutazione su scala pan-tropicale del legame tra perdita di copertura forestale, aumento delle temperature locali e mortalità connessa all'aumento delle temperature medie.

I dati prodotti dallo studio sono a dir poco sconvolgenti: dal 2001 al 2020, 1,6 milioni di km² di foresta tropicale sono stati distrutti, soprattutto in America Centrale e Meridionale, Sud-est asiatico e Africa. Questo processo non solo contribuisce ad un aumento delle emissioni di CO_2 e al cambiamento climatico globale, ma induce un riscaldamento locale immediato e marcato. In media, nelle aree deforestate si osserva un aumento della temperatura superficiale di circa 0,45 °C, con punte regionali ancora più elevate.
Secondo lo studio [1], circa 345 milioni di persone sono state esposte ad un aumento di temperatura dovuto direttamente alla deforestazione. Gli effetti però non sono uniformi, in Africa tropicale per esempio, dove le aree interessate coincidono con zone densamente popolate, il riscaldamento percepito è maggiore (+0,32 °C ponderato per popolazione). In Asia sud-orientale, invece, le comunità più vulnerabili, spesso prive di infrastrutture adeguate a fronteggiare le ondate di calore, subiscono le conseguenze peggiori.
Le differenze regionali sono significative:

- Sud-est asiatico: oltre 15.000 morti aggiuntive all'anno legate al calore da deforestazione, con tassi fino a 10 decessi ogni 100.000 abitanti nelle zone colpite.
- Africa tropicale: circa 9.900 morti all'anno.
- America centrale e meridionale: "solo" 2.500 morti annue, ma con un riscaldamento locale tra i più marcati del pianeta.



In totale, il fenomeno è stato associato a 28.000 decessi prematuri ogni anno, equivalenti a circa il 39% della mortalità da calore nelle aree interessate dal disboscamento.

L'aumento delle temperature locali comporta effetti che vanno ben oltre il semplice disagio. L'esposizione prolungata al calore può:

- compromettere le funzioni cognitive e il benessere psicologico;
- ridurre la produttività lavorativa, specialmente per chi lavora all'aperto;
- incrementare il rischio di malattie cardiovascolari e respiratorie;
- aumentare la mortalità durante le ondate di calore.

Nei tropici, milioni di persone dipendono da attività agricole, estrattive o di costruzione che richiedono lavoro fisico all'aperto. Secondo stime precedenti [1], tra il 2003 e il 2018 si sono perse oltre 2,8 milioni di ore di lavoro sicuro per effetto del calore indotto dalla deforestazione.

Questo fenomeno aggrava quindi disuguaglianze già esistenti. Paesi a basso reddito, come molti in Africa e nel Sud-est asiatico, hanno una capacità di adattamento molto limitata e l'accesso all'aria condizionata, a sistemi sanitari resilienti e a infrastrutture adeguate resta scarso. Le popolazioni più vulnerabili, comprese le comunità indigene che spesso vivono ai margini delle aree deforestate, sono esposte a un rischio sproporzionato rispetto al loro contributo al problema. Inoltre, la deforestazione si intreccia con altri rischi sanitari:

- inquinamento atmosferico da incendi boschivi, responsabile ogni anno di migliaia di morti premature;
- malattie infettive come la malaria, favorita in alcuni contesti dalla modifica degli ecosistemi forestali.

Così, lo stress termico non è che una delle tante minacce che la perdita delle foreste porta con sé, ma è tra quelle più direttamente legate alla sopravvivenza quotidiana.

Se le attuali tendenze di deforestazione e riscaldamento globale continueranno, la situazione potrà peggiorare drasticamente. Gli scenari climatici indicano che le ore di lavoro all'aperto sicure diminuiranno ulteriormente, con conseguenze devastanti per economie già fragili. Nel bacino amazzonico, ad esempio, rischiano di rendere intere aree inabitabili o economicamente insostenibili. Fenomeni estremi, come siccità e ondate di calore prolungate, stanno già diventando più frequenti e intensi, amplificando i rischi sanitari. In futuro, milioni di persone potrebbero trovarsi costrette a migrare per sfuggire a condizioni climatiche insostenibili. Solo l'anno scorso, secondo l'Internal Displacement Monitoring Centre, 17,2 milioni di persone sono state costrette a fuggire a causa fenomeni distruttivi e di rischi meteorologici [2].

La ricerca [1] suggerisce alcune strategie per ridurre i rischi sanitari associati alla deforestazione:

- Conservazione e ripristino delle foreste – Proteggere le aree intatte e promuovere programmi di riforestazione può contribuire a ridurre il riscaldamento locale.
- Pianificazione territoriale – Regolare l'espansione agricola e industriale per minimizzare la perdita di copertura forestale.
- Adattamento sanitario – Potenziare i sistemi sanitari e le misure di protezione dei lavoratori (ad esempio pause regolari, accesso ad acqua e ombra).
- Equità climatica – Supportare economicamente i Paesi tropicali, garantendo risorse per adattamento e mitigazione.
- Monitoraggio integrato – Rafforzare i sistemi di raccolta dati su clima e salute per anticipare i rischi.

Questo fenomeno non è quindi solo un problema ecologico o climatico, è una questione di salute pubblica e giustizia sociale. Ridurla significa non soltanto salvaguardare la biodiversità e mitigare i cambiamenti climatici, ma anche proteggere la salute e il futuro di intere comunità. I dati mostrano chiaramente che ogni albero abbattuto contribuisce ad aumentare il rischio per milioni di persone. La sfida è immensa, ma la direzione è chiara, la lotta contro la deforestazione è anche una lotta per la vita umana.

Maggiori informazioni [1] [2]

Lorenzo Chirimischi
e Alessio Ninci
Cofondatori
del ristorante Santabarbara

Best of 2025
Social impact

Intervista

Cura e sostenibilità ristorativa: l'esempio del Santabarbara Desco e Cucina

Nel pensiero comune (italiano), il lavoro nelle attività ristorative non sembra tale: piuttosto, una vocazione; una maledizione; un sacrificio e un "facile" investimento. "Chiunque mangia, cosa ci vuole a cucinare, orari improbabili, festività precluse". Ma se ci fosse un'altra via da seguire? Un altro esempio, un modo diverso per coniugare lavoro, passione, tempo libero, espressione di sé. Il Santabarbara è incasellato tra gli edifici fiorentini di via Pier Capponi 72/A – a trenta minuti di passi dal centro – dallo scorso 2024, quando Lorenzo Chirimischi e Alessio Ninci hanno "aperto" la loro idea di ristorazione; un posto dove "l'atmosfera calda, la musica Rock/Hip-Hop e la cucina dinamica fanno da cornice al progetto che prefissa di scuotere la stagnante scena gastronomica fiorentina" (cit. il loro sito web). I due si conoscono, dopo anni e svariate esperienze, al ristorante Essenziale, dove lavorano per tre anni. Prima e dopo Essenziale, alla rinfusa: esperienze Michelin e toscane – da una a tre stelle – viaggi scandinavi, un van-trip down-under (Alessio) e un ristorante sott'acqua a Lindesnes, Norvegia (Lorenzo), la gestione di cucine praghesi e lavori locali, fino alla loro idea, completamente autofinanziata.

Perché Santabarbara? Da cosa nasce, e perché? Il Santabarbara è l'espressione della nostra idea di ristorazione – racconta Lorenzo – dal numero di coperti, alla proposta, al coinvolgimento dello staff. Cerchiamo di fare un lavoro collettivo, per rispondere al bisogno del mercato di dare qualcosa di nuovo a Firenze. Non volevamo un ristorante di grandi dimensioni e cercavamo una gestione "più facile", con meno persone. Finora i clienti hanno capito l'atmosfera e l'intimità. In questo modo possiamo avere materie prime di livello, riducendo i costi. Rispondiamo al nostro bisogno di un locale a metà tra il luogo importante e il posto da tutti i giorni: un locale pop. "Pop" al Santabarbara si traduce in quattro proposte da 25€, due da 45€ e uno da 60€. Non esiste menù, ma solo questi quattro percorsi, i cui nomi fanno riferimento al mito della martire cristiana santa Barbara: Fulmine, Cannone, Torre e Spada. I quattro percorsi variano nel numero di portate e nel viaggio culinario che intendono suggerire al palato.

Una curiosità: dati i prezzi, quanto verrebbe a costare un vostro menù, in un ristorante "normale"? Premesso che ogni ristorante ha la propria gestione e le proprie spese, tra contratti, tasse, manutenzione e materia prima – che rispetto e non giudico – penso che la nostra proposta, in un altro contesto, potrebbe costare 15, 20€ in più.

Secondo te, Lorenzo, qual è la scelta più importante che avete preso per il Santabarbara? Non ce l'aspettavamo, ma per me l'idea più vincente del nostro format è la formula degli entrée iniziali (del percorso Fulmine e dell'entrée di Cannone e Torre), perché il cliente si ritrova con una serie infinita di piattini che invadono il tavolo; sono tanti e la gente si prende ad assaggiarli tutti, a condividerli; in un periodo social come il nostro, sono stati involontariamente un traino. E poi creano convivialità". Il cliente non si sceglie il piatto, ma "solo" l'esperienza (e la quantità): il resto è un atto di fede gastronomico – ovviamente, non prima di aver reso note intolleranze e allergie – fatto dagli avventori al Santabarbara. Uno stimolo alla curiosità, un mettersi in gioco: non solo da parte di chi cucina, ma anche di chi mangia.

Nel vostro sito definite la vostra esperienza "sana": in che senso? La intendiamo in tanti sensi: non solo una cucina fatta bene, ma un metodo che eviti gli sprechi. Lavoriamo materie prime del giorno stesso, sapendo quanti clienti avremo la sera; compriamo il giusto; utilizziamo il personale con senno (oltre a Lorenzo e Alessio, lavorano altri tre dipendenti, full time), senza spreco di tempo e di energia, umana e tecnologica. L'esperienza è eticamente sana dal punto di vista culinario, alimentare e lavorativo: contratti a tempo pieno, orario fisso, con due giorni liberi per tutti (la domenica e un giorno a scelta), e straordinari pagati. È un sistema delicato – prosegue Lorenzo – su cui stiamo ancora lavorando; conta che siamo aperti da meno di un anno, siamo in fase embrionale". Il Santabarbara è aperto al pubblico solo la sera, dalle 19 alle 22.30, ed è aperto sei giorni su sette, dal lunedì al sabato.

Dato il vostro sistema, come funziona l'approvvigionamento della materia, non avendo un menù vero e proprio? Ci affidiamo alle botteghe locali. Chiamiamo, o facciamo un giro, chiediamo: cosa conviene comprare, cosa c'è di buono, cosa ci sconsigliano per i prezzi alti in quel momento. Si muove tutto sul rapporto giornaliero/settimanale, e anche noi ci fidiamo di quel che ci dicono. Essere sostenibili – continua Lorenzo – vuol dire anche sostenere le imprese locali, tipo acquistare qualcosa a breve scadenza. Non avendo un menù fisso, siamo più flessibili, e quindi s'è aiutata la comunità.

Domanda spinosa: come vedete voi la ristorazione italiana? Qual è il maggiore problema? In questo momento il problema più grosso, secondo me, riguarda la manodopera, ma non nel senso di paghe basse o tanto lavoro. È proprio la forza lavoro, il problema: di quante persone vogliono lavorare nella ristorazione. I guadagni per gli imprenditori sono risicati, gli stipendi si stanno alzando (per il calo di manodopera), ma si possono aumentare solo entro una certa soglia, altrimenti con le tasse e i contributi da pagare diventa impossibile. O lo Stato si aggiorna su queste cose, oppure la gente abbandona, e la passione cala". Ecco, passione. L'idea al servizio del cuore e della comunità, dove il Santabarbara dimostra che ogni luogo di lavoro non è un'isola a sé stante. Questioni di sensibilità diverse, non solo ad appannaggio economico, ma anche – e soprattutto – sociale, gastronomico, comunitario. Il Santabarbara Desco e Cucina ne è un esempio, non solo per una chiacchiera da intervista, ma perché è stato provato sul posto, ed è stata provata l'invasione di piattini, sul banco, l'abbinamento dei vini, le portate che richiamano alla tradizione, o creano spaghetti freddi in salsa di ostriche, agretto e limone bruciato; la vicinanza agli altri commensali. Il servizio passo passo. Tra cura, sostenibilità, e un pizzico di fiducia: una via alternativa, nel fare bene la ristorazione in Italia.

Damiano Martin

Elena Alberti
CEO e cofondatrice di Koesi

Best of 2025
Sostenibilità

Intervista

Koesi, la sostenibilità si impara giocando

Koesi è una startup dell'ecosistema Le Village by Crédit Agricole Triveneto, fondata da Elena Alberti e Tommaso Beriotto, con la mission di sensibilizzare le aziende sul tema della sostenibilità attraverso dei workshop sotto forma di gioco.

Elena, partiamo dal nome: cosa significa "Koesi"?
Koesi è una parola che richiama la "coesione", ma anche l'idea di un'isola felice: un luogo – fisico o ideale – in cui le relazioni tra persone e ambiente devono essere più equilibrate. Volevamo creare uno spazio in cui si potesse "stare insieme" in modo armonico. Per questo abbiamo pensato a Koesi come a una specie di oasi nel deserto, un sistema naturale dove le persone possano collaborare tra loro.

Come è nata l'idea imprenditoriale?
Tutto è partito dalla mia tesi di laurea all'università IULM, in collaborazione con la IE Business School di Madrid, nel 2019. L'obiettivo era dimostrare che le scelte sostenibili possono generare anche vantaggi economici. Da lì ho ideato The Sustainability Business Game, il nostro gioco attuale più conosciuto e apprezzato dalle aziende che ci scelgono.
L'intuizione vera è arrivata dopo aver visto il film A Beautiful Mind. C'è una scena in cui viene spiegata la teoria dei giochi: se tutti agiscono per il bene degli altri, ogni player trae vantaggio. Ho pensato: e se potessimo trasmettere questi concetti attraverso un gioco?

Che tipo di gioco è?
È un'esperienza interattiva: otto squadre devono scegliere se inquinare, guadagnando di più, oppure collaborare, a discapito di un vantaggio immediato, per proteggere un lago. Le decisioni sono segrete. Alla fine, tuttoi scoprono che, se avessero scelto la sostenibilità, avrebbero ottenuto un risultato migliore. È un esperimento sociale, oltre che formativo.

Quando ti sei accorta che la vostra idea poteva diventare una vera startup?
Dopo aver presentato il gioco al Salone della CSR, nel 2020, ho conosciuto Alberto Chiappinotto, manager della sostenibilità di Electrolux Italia. Ha creduto nel progetto e mi ha spinta a renderlo una realtà aziendale. Nel 2022, ho fatto uno speech al TEDx Cortina: tra la platea c'era un HR di Intesa Sanpaolo. Dopo quell'incontro, Intesa ha deciso di sperimentare il nostro format. È stata la spinta decisiva per aprire la partita IVA ed esportare il progetto nelle filiali dell'Est Europa di Intesa.

Come si evoluto oggi il vostro modello?
Oggi abbiamo quattro giochi principali e un quinto on demand. Oltre a The Sustainability Business Game, proponiamo:
- The Space Governance Simulator
- ESG Financial Puzzle
- Il Safari della Sostenibilità

Quest'ultimo è un gioco dove i partecipanti diventano capi di Stato divisi in continenti e devono risolvere le sfide dell'Agenda 2030. Vince chi trova le soluzioni più adatte. Al termine del gioco, nel caso di Electrolux, visto che siamo andati in visita in diversi stabilimenti, abbiamo realizzato un quadro con tutte le card del gioco unite in un plexiglass che è rimasto alla società.

Qual è il vostro ruolo durante i giochi?
Non ci definiamo formatori, ma abilitatori. Il gioco è uno strumento che libera il potenziale delle persone. Avendo in passato lavorato con bambini, la parte ludica è molto viva in me. È un linguaggio che unisce, coinvolge e trasmette il nostro messaggio con più efficacia.

Qual è stata la difficoltà più grande che avete riscontrato finora?
La parte strutturale. Il progetto in questo primo periodo ha funzionato così bene da esplodere, ma non eravamo pronti logisticamente. Ora ci stiamo attrezzando e siamo a Le Village. I prossimi step sono diventare startup innovativa e ampliare il nostro organico.

Guardate anche all'estero?
Sì. Oltre la partnership con l'università di Madrid, grazie a Intesa S.Paolo siamo arrivati a coprire Croazia, Albania, Slovenia e Ungheria. In Serbia abbiamo una collaborazione molto forte con la Camera di Commercio nella realizzazione dell'Ekonsortium per l'economia circolare. Vediamo un grande potenziale in generale nei paesi dell'Est, dove il bisogno di cultura sostenibile è forte. Spesso manca il know-how, e il gioco può essere un ponte accessibile.

Hai tenuto un TED in cui spiegavi il valore della collaborazione nella sostenibilità. Perché per te è imprescindibile?
Viviamo in una società individualista, ma la sostenibilità richiede empatia e collaborazione. Siamo interconnessi gli uni con gli altri e ogni nostro gesto genera un impatto. Il mio messaggio è che ciascuno di noi, con coraggio, possa diventare parte attiva del cambiamento. E il gioco ci ricorda proprio questo: cooperare conviene a tutti.

Marco Camporese

Gaia Galante
UE Project Manager dell'Area Progettazione di Fòrema

Best of 2025
Social impact

"HR+ Contest": a Padova nasce il nuovo HR Manager europeo

Stai facendo qualcosa "di nuovo" in azienda per la gestione del personale? Oppure hai un'idea per migliorare l'Area HR che vorresti far conoscere?

Questo è il momento.
Con il contest online HR+, è possibile candidare la propria "best practice"/idea innovativa, entrare in contatto con una Community di professionisti HR a livello europeo, e vincere un viaggio a Bruxelles (Maggio 2026).

Il Concorso, promosso da Fòrema all'interno del Progetto HR+, cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea, offre l'opportunità a HR Manager, professionisti/esperti di settore (ma anche studenti/tirocinanti, appassionati di innovazione organizzativa), di:

- Candidare una best practice/attività realizzata, che abbia dimostrato benefici nel miglioramento delle risorse umane, oppure un'idea innovativa per ottimizzare i processi HR
- Vederla pubblicata sulla pagina ufficiale del progetto HR+, vincendo un attestato
- Gareggiare con i migliori professionisti HR di Italia, Spagna, Ungheria, Belgio e Portogallo.

Le candidature, da inviare entro il 16 Febbraio al sito www.hrplusacademy.eu, devono riguardare una delle 3 categorie

1. Gestione conoscenza (ad es. database competenze basati sull'AI, programmi di mentoring interfunzionale, protocolli di trasferimento delle conoscenze, etc.)
2. Gestione complessità (ad es. sistemi agili di pianificazione forza lavoro, modelli di gestione team multigenerazionali, strumenti di coordinamento per il lavoro ibrido, etc.)
3. Incontro domanda/offerta lavoro (ad es. analisi predittiva per l'individuazione dei gap di competenze, marketplace interni di talenti, programmi di riqualificazione, etc.).

La giuria, composta da esperti di organizzazione del personale del mondo accademico e delle imprese, premierà una best practice già realizzata e un'idea innovativa.

Oltre a ottenere visibilità europea, i vincitori avranno l'opportunità di presentare le proprie idee all'evento conclusivo HR+ a Bruxelles (Maggio 2026), ispirando altri professionisti HR in Europa.

I partner

Il progetto:

Coordinato da Fòrema, il Progetto Erasmus+ HR+ (https://www.hrplusacademy.eu/) riunisce sette partner di cinque paesi (Italia, Spagna, Ungheria, Portogallo e Belgio) per trasformare il ruolo della Gestione delle Risorse Umane nelle imprese a alta intensità di conoscenza. Attraverso una ricerca sui nuovi fabbisogni HR (Report "HR IN TRANSITION", https://www.hrplusacademy.eu/project-results/) e la co-progettazione di un programma di formazione transnazionale, HR+ mira a colmare i gap di competenze e allineare le pratiche HR alle nuove esigenze del mercato, promuovendo l'innovazione sociale nei luoghi di lavoro in Europa.

Giulia Bianchi
Fotografa
in arte Nausicaa

Best of 2025
Social impact

Intervista

Un ritratto oltre la morte, la fotografia come gesto umano

Come si allena un fotografo a restituire il lato più umano e intimo del proprio soggetto? La tecnica del fotoritratto in alcuni casi può esprimere desiderio di vita ha un forte impatto sociale in chi guarda le foto. Per capire come questa espressione artistica di alto livello abbia un effetto positivo per l'uomo, ho intervistato Nausicaa, alias Giulia Bianchi, una fotografa e insegnante di fotografia di livello internazionale. Negli anni ha collaborato con artisti come Mary Ellen Mark e Suzanne Opton. I suoi lavori sono presenti su riviste come The Guardian, National Geographic, TIME, La Repubblica e Internazionale.

Come è nata la tua passione per la fotografia e quando hai deciso di farne una professione?
La prima vera foto l'ho scattata a 26 anni quando lavoravo come architetto software nel campo delle telecomunicazioni. Un giorno un mio collega è arrivato in ufficio con diversi libri fotografici pieni di storie di professionisti, che ora nei miei workshop definisco 'fotografi poeti'. Tra questi c'erano Sally Mann, Andrea Modica, Mary Ellen Mark.
Ho iniziato ad avere diverse idee su ciò che avrei voluto fare. Ho deciso che volevo un cambiamento radicale, visto che sentivo che stavo vivendo la vita di qualcun altro. Nutrivo il sogno di diventare io una fotografa poeta.

La tua formazione è stata all'International Center of Photography di New York. Come hai maturato questa scelta?
Inizialmente ero andata in Olanda per frequentare un'Accademia d'arte specializzata in fotografia. Si trattava però di fermarsi quattro anni, che per me era un periodo di tempo troppo lungo. Allora ho scelto l'International Center of Photography, in questo modo potevo frequentare un anno di scuola e poi un anno di internship con un fotografo.

Per poter realizzare una fotografia più corrispondente alla realtà e catturare l'animo delle persone, sostieni che è necessario trascorrere del tempo con loro, mettersi nei loro panni e solo in questo modo si può ottenere una fotografia più fedele al reale. Come cogli le emozioni di un tuo soggetto?
Per capire una persona ci vuole tempo. Bisogna stare con lei, entrare in connessione, capire davvero qual è la sua storia, per provare così a raccontarla attraverso le foto. Sono stata reportagista per diverso tempo, fino a un paio di settimane prima del diploma. Nel reportage ero invisibile, non interagivo con le persone. Mi piaceva definirmi una "mosca sul muro", quel danzatore che si muove intorno alle cose per raccontarle. Per me, allora, la fotografia era mantenere una certa distanza da ciò che si osserva.
Poi, durante una serata di fine anno del mio corso, ho assistito alla presentazione dei lavori dei miei compagni. Guardando le immagini dei ritratti, ho provato una sensazione completamente diversa: non era più lo sguardo del fotografo-testimone che osserva da fuori. Nel ritratto, la macchina fotografica si pone tra te e un'altra persona, e ciò che catturi non è un semplice momento della sua vita. È come se tutto iniziasse a gravitare intorno a quella persona. Nei ritratti più riusciti, quella persona sprigiona un'intensità incredibile.
Lì mi sono innamorata di questa tecnica. Ho cambiato strada e per la mostra finale ho esposto solo ritratti: erano le stesse persone che avevano partecipato al reportage durante l'anno, ma ritratte.
Dal 2018, non ricordo di aver più scattato una foto senza treppiede. Per me ora la macchina deve stare ferma, nella posizione più bella. Ciò che deve accadere è qualcosa di straordinario tra due esseri umani che iniziano a parlarsi, a guardarsi, a svelarsi.

Il tuo ultimo progetto si intitola "Death Education", è nato dopo la perdita di una persona cara e ruota attorno al tema della morte. In particolare, c'è stato un episodio significativo in cui hai ritratto uno sconosciuto in riva a un fiume. Gli hai raccontato del tuo lutto e lui ti ha risposto che avrebbe potuto piangere per te. Cosa è scattato in quel momento?
Il lutto è qualcosa di profondamente personale, qualcosa che si porta dentro e che, forse, si condivide solo con chi ha vissuto la stessa perdita. Nel mio caso, si trattava di una mia studentessa. Un giorno, mentre mi trovavo lungo un fiume per un progetto fotografico ho incontrato un ragazzo, Davide Giardino, e gli ho chiesto: "Ma tu la faresti una cosa per me? Scenderesti lì al fiume? Saresti il mio autoritratto?". E lui non solo ha accettato, ma mi ha detto che avrebbe anche pianto per me.
In quel momento ho capito che avevo creato uno spazio dove due persone potevano incontrarsi, portando ognuna il proprio lutto. Non era solo dolore: era un modo per condividere, per essere presenti, per dire "io ci sono". E questa presenza era qualcosa di profondamente positivo. Ho iniziato a costruire luoghi, nei miei progetti, dove poter parlare di ciò che normalmente è considerato troppo pesante o inappropriato: la morte, il dolore, la perdita. Ma lo scambio che avveniva era uno scambio di amore, una celebrazione della vita e dei sentimenti che abbiamo provato per chi non c'è più.

Ti sono capitati altri episodi simili?
Sì, purtroppo. Nell'ultimo anno mi è capitato di incontrare persone che non hanno ancora vissuto un lutto, ma che sono in fase terminale. È uno spazio completamente diverso, e per me è anche "radioattivo", perché io non sono un'operatrice sanitaria. Passare due giorni con una persona di 35 anni a cui restano solo tre mesi di vita mi devasta.

Ma una frase che mi ha detto l'ultima persona che ho fotografato in questa condizione mi ha colpito molto: questa donna si è spogliata completamente davanti a me e mi ha detto: "Voglio che tu documenti che questo corpo, questa donna, è esistita." C'è una fortissima enfasi sulla vita. Ogni volta che insegno, che parlo del progetto, che rilascio un'intervista, spero di lasciare un segno, un pensiero, una visione che possa essere utile anche a chi non conoscerò mai.

In effetti tu sostieni che quando lavori in camera oscura ti senti, in qualche modo, vicina alla morte. E che nel dar luce a una fotografia, senti anche di restituirle vita.
Sì, è vero. Io sono una persona laica, ma credo che l'esperienza del "rito" non appartenga solo alla religione. Quello che è successo lungo il fiume con Davide Giardino, ad esempio, è stato un atto significativo. Secondo me nel ritratto, due persone che si incontrano, si guardano, si riconoscono. Anche la camera oscura per me è un rito.
Immergersi nel buio, toccare materiali che si trasformano è un'esperienza che dà significato profondo a ciò che sto facendo. È come navigare: c'è chi attraversa il mare su una nave da crociera, divertendosi in una cabina con il casinò. Io, invece, sono quella sulla barchetta a vela, che tocca l'acqua con una mano e sente il vento con l'altra.
La camera oscura è la mia barca a vela. Una ritualità laica che mi permette di connettermi davvero con ciò che sto facendo, con la persona ritratta, con i materiali che uso. Perché la fotografia analogica è fatta di due elementi: un raggio di luce, che dà la vita, e un veleno, la parte chimica, che simboleggia la morte. E a me interessa proprio questo: sentire la vita e la morte dentro ogni immagine, e farne parte attiva della narrazione.

Marco Camporese

"Faking Death of Irene Nonnis "
Ph. Nausicaa Giulia Bianchi

"Voglio che tu documenti che questo corpo, questa donna, è esistita."

"Elisa Mercadante con fazzoletto "
Ph. Nausicaa Giulia Bianchi

R&D MATECH

Valeria Adriani e Eva Tenan

Ingegnere dei materiali di Matech

Best of 2025 Innovazione

Biomimesi: la natura come ispirazione della tecnica umana

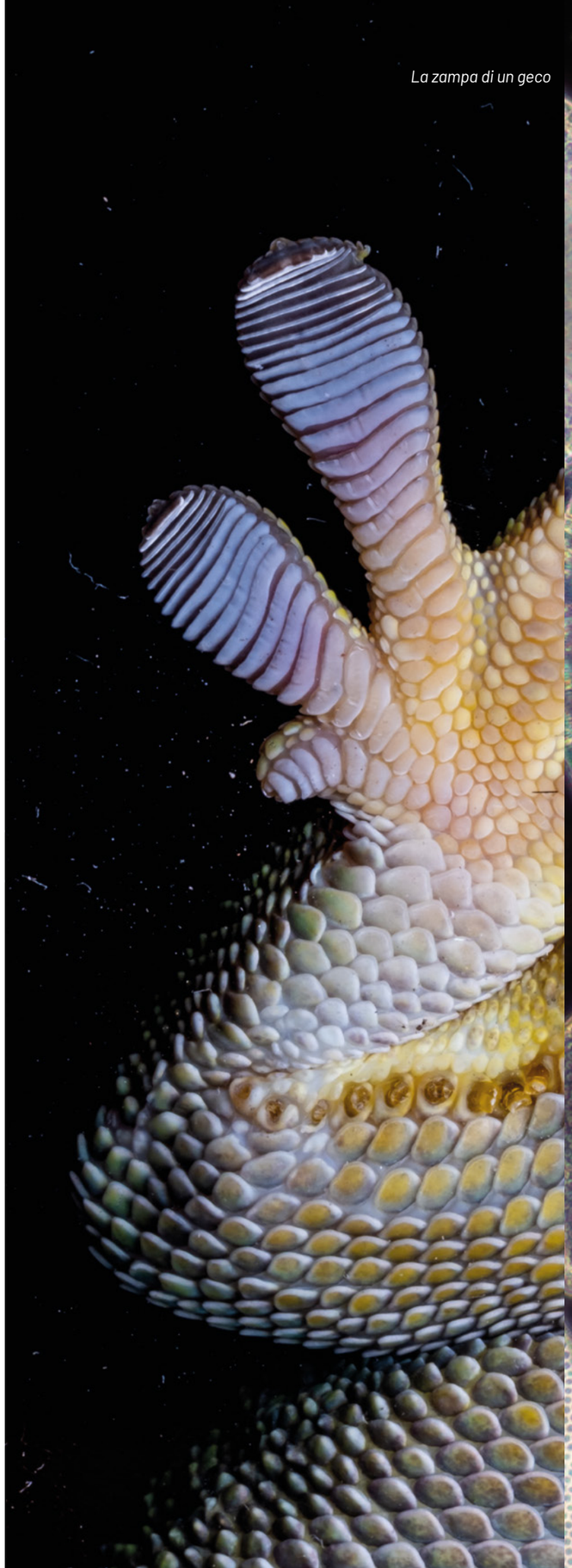
«Ogni cosa che puoi immaginare, la natura l'ha già creata». Parole di Albert Einstein, o almeno così sembra. Vera o meno la citazione, l'importante è il significato trasmesso, una verità intrinseca: la natura ha già pensato, realizzato, o risolto, qualsiasi cosa si potesse o si possa concepire razionalmente. Il problema, dunque, sta nell'antropocentrismo, e nel rapporto tra l'essere umano e la Madre matrigna: nella creazione di un mondo artificiale che procede per tentativi ed errori, che richiede soluzioni a cui uomini e donne possono rispondere guardando alla natura stessa, in quel processo disciplinare chiamato "biomimesi".

Nello spazio digitale di Humane, "biomimesi" è stato un concetto ricorrente nell'ultimo anno: negli articoli, in collaborazione con MaTech, è stato raccontato come l'innovazione attraversi la materia nell'integrazione tra i modelli naturali e la tecnologia umana. Elmetti formati come le conchiglie, adesivi che replicano le zampe del geco, strutture esoscheletriche ispirate dalla forma delle diatomee (o microalghe marine): la biomimesi, tramite processi top-down e bottom-up, dal problema alla soluzione e dalle osservazioni biologiche all'intuizione tecnologica porta all'innovazione tecnologica tramite l'imitazione della natura. La parola deriva dal greco bios- vita e mimesis, appunto imitazione.

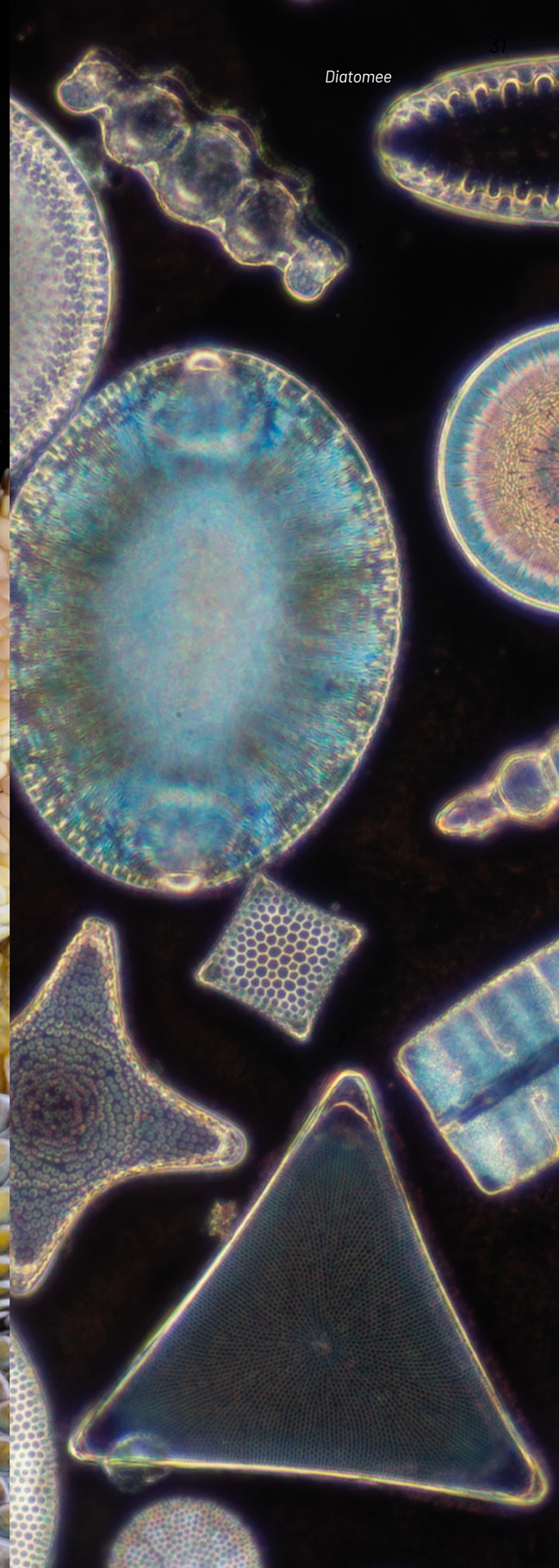
Se il concetto di biomimesi è recente - coniato alla fine degli anni Novanta del secolo scorso da Janine Benyus, biologa e co-founder del The Biomimicry Institute - la pratica è antica almeno di mezzo millennio. Già mille anni fa l'essere umano sognava di librarsi in aria come gli uccelli, e non sono un mistero i progetti meccanici sul volo di Leonardo Da Vinci. Idee e tentativi che portarono i fratelli Wright a realizzare il primo velivolo - dopo i fallimenti di Otto Lilienthal e gli studi di sir George Cayley - ispirati e condotti dall'osservazione delle ali dei volatili. Il volo, dunque, fu uno dei primi, forse il più eclatante tentativo di biomimesi.

L'innovazione tecnologica, soprattutto sul fronte dello sviluppo delle nanoscienze, ha aperto lo sguardo all'infinitamente "piccolo", permettendo lo studio di micromeccanismi naturali: ai già citati, possiamo aggiungere gli esempi della fibra cava e termoisolante del pelo d'orso bianco o la struttura idrorepellente delle foglie di loto. I vantaggi della biomimesi hanno ricadute tanto sull'efficienza pratica, quanto sul risparmio energetico e sull'ottimizzazione dei costi, dato che «l'impatto ambientale dei prodotti, dei servizi e delle infrastrutture che ci circondano si determina, fino all'ottanta per cento, in fase di progetto».

Ecco che la biomimesi, studiando i materiali biologici, «rivolgendo il proprio interesse a ossa, legamenti, pelle, foglie, squame e scaglie per replicare prestazioni peculiari da trasferire in materiali artificiali», acquista un senso del tutto particolare per l'essere umano, sostenibile e ecologico. Un significato che si discosta dalla centralità antropica, e si fa "ecocentrico", dove è la natura a diventare protagonista, per gli effetti collaterali del mondo umano. Un auspicio di simbiosi, tra la natura e l'artificio, tra l'essere umano e il pianeta blu.



La zampa di un geco



Diatomee

Francesco Toson
Quality and Food Safety Manager
Sacchettificio Corazza

Intervista
Innovazione

Packaging su misura: *un secolo di imballaggi e un futuro dedicato alle persone*

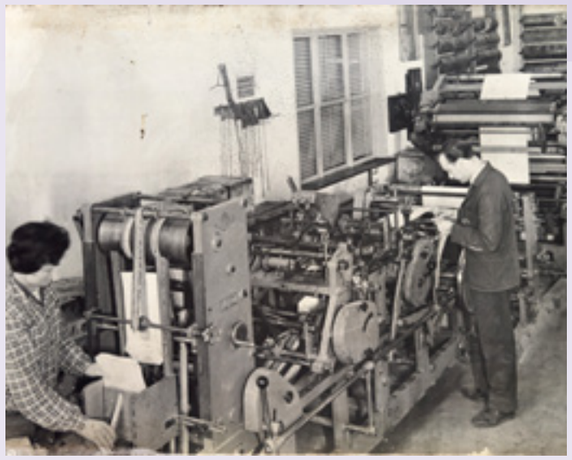
Presentare un bilancio di sostenibilità non è solo un esercizio formale: per il Sacchettificio Nazionale Corazza, storica azienda fondata nel 1925 da sempre legata al contesto locale in cui opera ed oggi leader europeo del packaging industriale, è un atto di trasparenza verso il territorio e i dipendenti. Insieme a Fòrema, che ha curato strategia e redazione del piano, Corazza ha pubblicato il suo primo bilancio strutturato, mettendo al centro la sostenibilità sociale come pilastro del proprio modello di sviluppo.

"I bilanci possono essere un punto di arrivo, come anche uno di partenza" afferma Francesco Toson che ha coordinato il team interdisciplinare interno all'azienda che ha elaborato il progetto. "Mettere ora il focus su temi sociali, ambientali ed economici ci ha reso consapevoli di come la nostra organizzazione sia sempre stata in grado di creare un valore condiviso, che ora scegliamo di misurare e possibilmente migliorare".

Fin dagli anni Trenta, quando le operaie cucivano a mano sacchi di tela Singer nel centro del paese, il legame con la comunità è stato totale. Oggi, nello stabilimento moderno con tre edifici interconnessi e un magazzino robotizzato, quel legame si traduce in politiche concrete per il benessere dei lavoratori e del territorio.

La sicurezza non è un optional. Corazza è certificata ISO 45001 e garantisce un ambiente di lavoro sicuro ai propri lavoratori. Le informazioni sui rischi vengono fornite già negli incontri di accoglienza prima dell'assunzione. I dati parlano chiaro: nel 2024 gli infortuni si sono dimezzati rispetto agli anni precedenti, con indice di frequenza sceso a 31,6 e solo un caso con prognosi oltre i 40 giorni.

Il capitale umano è al centro della strategia. Il codice etico aziendale esclude qualsiasi discriminazione di genere, età o etnia, e l'azienda sta lavorando a progetti fondati su una "cultura del rispetto", introducendo temi quali diversity & inclusion, leadership femminile, equilibrio interiore e qualità delle relazioni. L'obiettivo? Diffondere un clima aziendale improntato al rispetto e alla valorizzazione delle persone.



Tra i risultati già ottenuti figurano la riduzione di turnover e assenteismo, l'attivazione di un servizio psicologico e l'abbassamento dell'età media di assunzione. Sul piano retributivo l'azienda offre condizioni migliori rispetto al CCNL, associando anche welfare premiale crescente per i dipendenti.

Oggi, grazie alla collaborazione con Fòrema per il bilancio di sostenibilità, Corazza dimostra di voler affrontare le sfide globali senza dimenticare le proprie radici: "Grazie al lavoro delle persone che lo animano, Sacchettificio Corazza guarda al futuro con fiducia", si legge nel documento.

Per Corazza, sostenibilità sociale significa garantire un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e motivante, ma anche restituire valore al territorio che da un secolo sostiene la sua crescita.

In un settore spesso percepito solo per la dimensione industriale, l'azienda padovana dimostra che il packaging può essere "speciale" non solo per la qualità dei sacchi, ma per la qualità delle relazioni che costruisce.

Mauro Pigozzo

I 100 anni del sacchettificio

Paolo Leone
Cofondatore di Don Q

Intervista
Innovazione

L'AI al servizio delle persone: la sfida di DonQ

All'interno de Le Village di Credit Agricole c'è una startup innovativa, DonQ, che lavora per realizzare soluzioni tecnologiche di alto profilo e con elevato impatto sociale. Paolo e Federico, che l'hanno fondata, hanno deciso di mettere assieme le proprie competenze verticali per fondare una realtà che ha nel suo logo il mulino simbolo dell'uso positivo della tecnologia.

Partiamo dal nome, come mai avete scelto DonQ? Il nome richiama Don Chisciotte che combatteva contro dei mostri che vedeva nei mulini a vento, così la nostra realtà lavora per clienti che vedono nella tecnologia degli ostacoli che non riescono a superare. Il nostro focus è fare in modo che l'innovazione sia un supporto invece che un ostacolo alle aziende che si rivolgono a noi.

Di preciso di cosa vi occupate? Realizziamo progetti custom, di system integrator e con intelligenza artificiale. Un esempio concreto di ciò che ci differenzia è che quando un'azienda compra un CRM o un gestionale, poi deve cambiare i propri flussi operativi affinché combacino con quelli che ha acquistato. Noi invece ottimizziamo il prodotto che ci chiede il cliente in relazione alle sue abitudini.

Uno tra i vostri primi progetti ha avuto un grosso impatto sociale, di cosa si è trattato? Il comune di Santorso ci ha chiesto supporto perché voleva far esplorare ai turisti un giardino botanico, parco Rossi, in maniera più inclusiva. Al tempo del progetto non si parlava ancora di intelligenza artificiale perché era il 2020. Abbiamo creato un chatbot che in una prima fase di assessment e poi con un po' di domande permetteva di capire l'utente che aveva di fronte. In particolare distingueva se aveva difficoltà uditive, visive o motorie. Questo permetteva al chatbot di proporre un'esperienza personalizzata in base a queste informazioni.

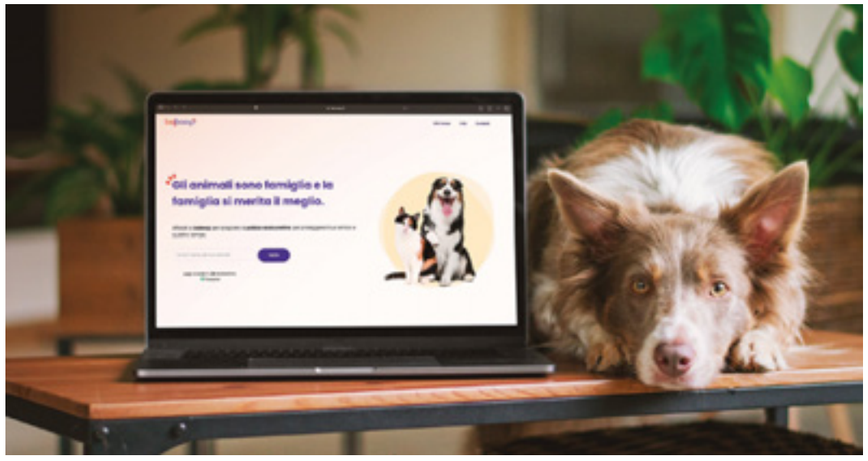
Progetto Stan

Come funzionava nel dettaglio? Il parco ha delle salite e delle scale, che non sono adatte ad anziani o persone in carrozzina. Il chatbot, capendo questo, proponeva tre differenti percorsi in base alla disabilità. Questa esperienza ci ha aperto un mondo bellissimo sia da un punto di vista tecnologico ma anche umano perché per fare questo ci siamo dovuti mettere nei panni di qualcun altro che ha un'esigenza diversa. Concretamente abbiamo chiamato delle associazioni di categoria, ipovedenti, sordi, ciechi, persone in carrozzina e abbiamo ascoltato le loro necessità.

Quali sono state le reazioni? Le reazioni sono state di sorpresa e meraviglia. Le persone con disabilità si sono sentite realmente ascoltate, fatto che non è assolutamente banale. Lato nostro, abbiamo rilevato che spesso quando si parla di intelligenza artificiale e tecnologia si tratta di qualcosa di intangibile. Magari si ha modo di ottimizzare dei processi, ma è difficile connettersi con la società e le persone. Quel progetto invece ci ha fatto proprio sentire che riusciamo ad avere un impatto. Chi è stato coinvolto ci ha detto di non aver mai trovato una cosa così, tutto ciò ha generato una soddisfazione enorme.

Riguardo all'intelligenza artificiale, che è al centro di molte vostre soluzioni, in che modo la integrate nei progetti? Quali sono le principali sfide tecnologiche che avete dovuto affrontare o che affrontate nel suo utilizzo? Nell'integrazione di una soluzione con l'intelligenza artificiale noi partiamo sempre dal capire il perché. Perché la si utilizza, cioè se la si vuole mettere dentro solo per dire che c'è, siamo i primi a dire al cliente sarà un fallimento. Quindi osserviamo qual è il problema e capiamo se ha senso utilizzare l'intelligenza artificiale. Secondo punto, ci concentriamo sulle persone. Non mi stancherò mai di dirlo, l'intelligenza artificiale adesso non deve avere l'obiettivo di sostituirle, ma di fare in modo che siano potenziate o siano, diciamo, focalizzate fare dei lavori con più alto ritorno, più alto valore. Una frase che per me è molto importante per far capire il concetto che quando di parla di perdita di posti per l' AI, in realtà non si sarà sostituiti da un'intelligenza artificiale, ma da qualcuno che utilizza l'intelligenza artificiale. Questo è un punto fondamentale, che per noi fa capire come la persona sia ancora centrale.

Marco Camporese



Progetto Baboop

Erika Canton
HR Manager di FIMIC

Intervista
Social Impact

L'artigianato del domani: tradizione, sostenibilità e nuove generazioni

C'è un'Italia che non si vede nei talk show, che non fa tendenza su Instagram e che non si perde in convegni pieni di sigle. È l'Italia piegata sui banchi di lavoro, capace di trasformare un pezzo di ferro, una stoffa, un blocco di vetro in un prodotto che il mondo intero ci invidia. È l'Italia dell'artigianato manifatturiero, quella che sta tenendo in piedi il Paese nella crisi.

I numeri sono testardi: 1,1 milioni di imprese artigiane attive in Italia, quasi il 33% del totale imprenditoriale. In Veneto, laboratorio naturale di manifattura, le aziende artigiane sono circa 121 mila. Cinquemila in meno rispetto a cinque anni fa, ma chi è rimasto non solo resiste: esporta. Nel 2022 il Veneto ha spedito all'estero beni manifatturieri per 79,5 miliardi di euro. Un +36% rispetto al 2020.

Il punto è che questa forza ha a che fare con la sostenibilità. L'artigiano non pensa alla produzione di massa, all'usa e getta. Pensa al tempo lungo: materiali che durano, filiere corte, rispetto della materia. È un DNA che si ritrova nei distretti veneti: dal vetro di Murano al mobile trevigiano, dall'occhialeria bellunese al tessile vicentino. Non prodotti qualunque, ma oggetti che incorporano etica e bellezza.

Il paradosso è che proprio questa artigianalità, spesso liquidata come "vecchia", si rivela la più moderna, perché anticipa la domanda globale di prodotti sostenibili. E perché, dentro le aziende, c'è un ricambio generazionale che porta nuove idee senza dimenticare la tradizione. Per capire come la vedono le nuove generazioni, abbiamo incontrato Erika Canton, 42 anni, HR Manager di FIMIC, azienda padovana che da oltre mezzo secolo sviluppa tecnologie per il riciclo.

«Sono una donna fortunata e grata alla vita. Una persona curiosa, che non si accontenta mai. Sono arrivata in FIMIC a gennaio 2020 come assistente commerciale e poi mi sono occupata di organizzare viaggi, proprio mentre esplodeva la pandemia. Verso la fine del 2022, Erica – una delle titolari – mi ha fatto una proposta inaspettata: diventare HR Manager. Non esisteva ancora questa figura in azienda, significava creare un reparto da zero. Mi ha entusiasmato da subito e da allora è stata una crescita graduale, intensa.»

Che cosa ti ha colpito quando sei arrivata in azienda? «All'inizio eravamo una ventina di persone. Mi colpì la passione vera che teneva insieme tutti. Oggi siamo triplicati, ma quella voglia di fare bene non è cambiata. La sfida è stata mantenere l'identità nel cambiamento.»

Lavorare nelle risorse umane in una realtà che cresce è più un'opportunità o una responsabilità? «Entrambe. La crescita porta nuove figure e nuove sfide. Il mio compito è mantenere il clima positivo, ascoltare, creare fiducia. È la parte più artigianale del mio lavoro: scolpire relazioni, non solo processi.»

Qual è stata la sfida HR più complessa che hai affrontato? «La riorganizzazione interna, in un momento di grande crescita. L'impatto sulle persone è stato forte. Con la proprietà abbiamo scelto la trasparenza: one to one, riunioni trimestrali, ascolto continuo. È stata dura, ma ha funzionato.»

In un settore tecnico come il vostro, come si attraggono i giovani? «Quando racconto ai candidati che qui non costruiamo solo macchine ma riduciamo l'inquinamento, vedo brillare i loro occhi. La sostenibilità è la chiave che attira i giovani talenti. Vogliono dare un contributo concreto e sono molti di più di quello che si possa pensare.»

Come cambia l'approccio HR quando un'azienda familiare diventa una PMI strutturata? «All'inizio le relazioni sono dirette, i processi informali. Crescendo, serve strategia: recruiting strutturato, procedure chiare, comunicazione tra reparti. Ma senza perdere la cura delle persone.»

C'è un progetto che ti rende orgogliosa? «L'onboarding. L'abbiamo creato da zero: un percorso che accompagna i nuovi colleghi nei primi mesi, con formazione e feedback. Ha migliorato integrazione e retention. Sentire qualcuno dire "mi sono sentito subito accolto" è impagabile.»

Quali sono le soft skill più importanti oggi per chi lavora in HR? «Ascolto attivo, intelligenza emotiva, flessibilità. Ma anche capacità decisionale ed equilibrio tra persone e business. E poi curiosità: se smetti di imparare, smetti di evolvere.»

Come immagini il tuo ruolo in FIMIC tra cinque anni? «Un ruolo più strategico, punto di riferimento per lo sviluppo delle persone. Vorrei un ambiente sempre più stimolante, attento al benessere. Credo che questa sia la vera continuità dell'artigianato: passare saperi, creare legami, non smettere mai di innovare.»

E che consiglio daresti a un giovane che sogna di fare l'HR Manager? «Coltiva curiosità. Osserva, ascolta, vivi gli uffici. L'HR non è teoria: è fatto di persone reali, con bisogni e sogni. Ogni colloquio, ogni email, persino un sorriso può cambiare la vita di qualcuno.»

Ecco la lezione: l'Italia non si salva con i grandi piani industriali o le scorciatoie finanziarie. Si salva con le mani e le teste degli artigiani. Con chi lavora pensando alla durata, non all'obsolescenza. Con chi sa unire esperienza e gioventù, come racconta Erika.

Perché, alla fine, l'artigianato è questo: un atto di resistenza e insieme di speranza.

Damiano Martin

Nunzio Ingiusto
Giornalista
di Humane World Magazine

Sostenibilità

L' Agenda 2030 e il compleanno dolceamaro

Sfida.

Fu questa la parola che dieci anni fa accompagnò la nascita dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Chi doveva affrontarla ? Tutti, si disse subito. Ma non tutti si attrezzarono per combattere. Davanti a 17 Obiettivi (SDGs) e 169 target molti - tanti- non se la sentirono di legarli allo sviluppo dei loro Paesi. Era settembre 2015 e l'Agenda fu approvata dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite. Un luogo dove la parola "sfida" viene adottata molto di frequente.

Eppure l'Agenda in fondo è un programma ben scritto e quale consesso politico vive senza un programma? L'impegno era di trasformare il mondo entro il 2030, assicurando benessere, equità e tutela del pianeta. Solo che bisognava fare i conti con la realtà e le contorsioni della storia. Dopo tutto, pianificare lo sviluppo di comunità cosi diverse, distanti per cultura, storia, tradizioni, richiedeva impegno, coraggio e leadership. Alla base di tutto - giova ripeterlo - c'era la presa d'atto di redistribuire la ricchezza, di appianare le diversità tra Nord e Sud, Est e Ovest del mondo, di fermare guerre e devastazioni.

Oggi ricordiamo i dieci anni dell'Agenda e non possiamo dirci soddisfatti. Quegli obiettivi e quei target sono ancora una delle sfide più ambiziose e condivise della comunità internazionale. E se diciamo che restano ancora, dobbiamo dire anche che qualcosa non è stato fatto. Un sintetico elenco.
La povertà nel mondo è diminuita, ma è lontanissima

dall'essere sconfitta. E' diminuita grazie a politiche di inclusione sociale e alla nascita di nuovi modelli economici, poi ha messo il freno. La ricchezza in molte aree del mondo si è ridistribuita rispetto al 2015. Ha trovato, tuttavia, nuove vie mediante sistemi tecnologici sofisticati e globali. È aumentata la scolarizzazione, ma anche la fuga di ragazze e ragazzi dai paesi di origine. L'energia prodotta da fonti rinnovabili è cresciuta, ma non dappertutto e la ricerca è poco finanziata dal pubblico. Il cambiamento climatico ha incentivato molte azioni e investimenti, ma il mondo è in perenne emergenza. La sostenibilità ambientale è diventata patrimonio di migliaia di aziende ed è entrata nei programmi di molti governi, che fanno i conti, pero', con negazionisti vaganti. I giovani hanno preso coscienza delle cose che non vanno e dato vita a movimenti pieni di entusiasmo. Ma nei Parlamenti c'è chi li detesta. Il volontariato si è affermato come soluzione pratica rispetto a tragedie di ogni tipo, che aumentano anno dopo anno.

Ecco, un quadro in chiaroscuro, come si dice, che ripropone a tutti noi la necessità di andare avanti e con maggiore forza. Convinti, soprattutto. Il percorso da compiere è segnato su un calendario di soli cinque anni, per stare all'Agenda. In tanti dicono "non lasciamo indietro nessuno" ma poi si fermano. Ma per non lasciare davvero indietro nessuno, bisogna trasformare i target di dieci anni fa, benedetti dall'Assemblea delle Nazioni Unite, in risultati concreti, capaci di incidere sulla vita quotidiana delle persone e sulla salute del pianeta.

La parola "sfida" non puo' restare fuori dalle comunità. Ha un senso se combatte disuguaglianze, crisi climatica, sopraffazioni, fonti inquinanti, epidemie, analfabetismo, sfruttamento, lavoro sommerso. È un compleanno dolceamaro. Davanti ci sono solo cinque anni e le Nazioni Unite parlano di "Decade of Action" per un'accelerazione delle politiche e un coinvolgimento attivo di governi, imprese e società civile.

Investimenti sostenibili, innovazione tecnologica, cambiamenti nei modelli di produzione e consumo saranno determinanti. Accompagnati dalla parola "sfida".
Si, quella di dieci anni fa.

Sara Griggio
Designer e redattrice di Humane World Magazine

Social impact

Identità e diritto allo studio: la carriera alias alla Scuola Italiana Design

L'inclusività non è solo alla base del modo in cui Scuola Italiana Design (SID) accoglie i propri iscritti, ma anche del suo approccio alla progettazione. Ne è prova concreta l'introduzione della carriera alias all'interno del Corso triennale in Design e Comunicazione: uno strumento pensato per permettere a tuttə lə studentə di vivere la propria esperienza formativa nel rispetto della propria identità di genere. In altre parole, SID offre agli studenti e alle studentesse transgender o non binariə la possibilità di utilizzare il nome scelto (e i pronomi corrispondenti) in tutti i documenti interni e nelle interazioni scolastiche, invece del nome anagrafico. Si tratta di un passo importante verso un ambiente educativo davvero inclusivo, dove il diritto allo studio è garantito a tutte e tutti senza distinzione.

Un nome che rispetta l'identità di genere

Ma che cos'è esattamente la carriera alias? In ambito scolastico e universitario, la carriera alias è un profilo amministrativo alternativo, associato a quello reale dello studente, che consente di adottare un nome elettivo in linea con la propria identità di genere percepita. Questo significa, ad esempio, comparire negli elenchi classe, nei badge identificativi, nelle email istituzionali e durante gli esami con il nome scelto, anche se sui documenti legali figura un altro nome. Tecnicamente è un accordo di riservatezza tra l'istituto e lo studente o la studentessa: non modifica i dati anagrafici ufficiali, ma impegna la scuola a usare il nome d'elezione in contesti interni. È una soluzione nata per tutelare la dignità e la privacy di chi sta compiendo un percorso di transizione (o si identifica in un genere diverso da quello assegnato alla nascita) e nel frattempo desidera studiare in un ambiente sereno e rispettoso.

L'attivazione di una carriera alias è, prima di tutto, un riconoscimento del diritto allo studio per le persone transgender. In mancanza di linee guida ministeriali unificate, negli ultimi anni molte istituzioni educative hanno adottato autonomamente questo strumento: secondo dati recenti, oltre 200 scuole secondarie in Italia lo prevedono nei propri regolamenti, oltre a numerosi atenei e scuole di design. Queste iniziative testimoniano una crescente attenzione verso la valorizzazione dell'autodeterminazione degli studenti e delle studentesse. In fondo, poter essere chiamati con il nome che si sente davvero proprio non è un semplice dettaglio: è il fondamento di un'esperienza educativa in cui si è riconosciuti come persone. È la scuola che si adatta alle esigenze dell'individuo, e non viceversa – un principio etico che dovrebbe essere alla base di ogni istituzione formativa moderna.

Benessere psicologico e successo formativo

Riconoscere l'identità di genere di studentesse e studenti non ha solo un valore simbolico o giuridico, ma incide direttamente sul loro benessere psicologico. Diversi studi e testimonianze indicano che quando una persona transgender è costretta a vivere a scuola con un nome o un'identità che non sente propria, il livello di stress e disagio aumenta. Questo può tradursi in isolamento, calo della concentrazione e persino abbandono scolastico. Al contrario, un ambiente scolastico che rispetta l'identità di ciascunə aiuta a migliorare la qualità dell'apprendimento. Studiare "in tranquillità" sentendosi sé stessi permette di canalizzare le energie nello studio e nella creatività, anziché nella gestione dell'ansia o della disforia.

Non sorprende, dunque, che benessere personale e rendimento vadano di pari passo. In quest'ottica, la scelta di SID di attivare la carriera alias non è solo un gesto di rispetto, ma anche un investimento sul potenziale dei propri allievi. Una mente libera da preoccupazioni identitarie è una mente più aperta, creativa e ricettiva, qualità indispensabili per chi studia design. Gli effetti positivi si riflettono sul clima generale: sentirsi accolti per quello che si è favorisce la partecipazione attiva in classe, la collaborazione tra pari e la costruzione di una comunità studentesca più unita. Vale la pena ricordare che, secondo l'Agenzia dell'Unione Europea per i Diritti Fondamentali, i giovani LGBTQ+ subiscono ancora tassi significativi di discriminazione nelle scuole europee. Misure come la carriera alias contribuiscono a contrastare questo fenomeno, creando spazi educativi dove nessuno deve aver paura di essere sé stesso.

Inclusione, progettazione e l'etica del design

Da una prospettiva di design etico, l'adozione della carriera alias non è un elemento secondario. È una manifestazione concreta di un principio progettuale fondamentale: mettere al centro la persona. Ogni volta che creiamo un artefatto, un'interfaccia o un servizio, decidiamo chi includere e, talvolta inconsapevolmente, chi escludere. In questo senso, l'identità di genere è una dimensione cruciale dell'esperienza umana, e riconoscerla significa progettare con consapevolezza etica.

Quando si studia design, impariamo a interpretare i bisogni delle persone e a tradurli in soluzioni funzionali, desiderabili, giuste. Ma che tipo di giustizia stiamo cercando di costruire, se le nostre aule – il nostro primo spazio progettuale – non riflettono i valori dell'inclusione e dell'autenticità? Come afferma la designer e teorica Anne-Marie Willis, "design is ontological – it gives shape to being." In altre parole, il design plasma il modo in cui esistiamo nel mondo. E se il design plasma l'esistenza, allora ogni ambiente di apprendimento è già un atto di design.

Introdurre la carriera alias significa insegnare, attraverso l'esempio, che un progetto è davvero etico solo quando include tutte le soggettività. È una lezione silenziosa ma potentissima: mostra a ogni studente e studentessa che il rispetto non è un orpello, ma una condizione strutturale della qualità progettuale. Le scelte organizzative di una scuola, come la carriera alias, sono allora parte del curriculum implicito che trasmette ai futuri designer cosa significhi creare soluzioni giuste, empatiche, accessibili.

Essere designer di persone, non solo di oggetti

A Scuola Italiana Design, la progettazione non è solo forma e funzione. È cultura. È posizione. È responsabilità. In questo senso, attivare una carriera alias non è un favore: è un atto di coerenza progettuale. Se crediamo che il design debba migliorare la vita delle persone, dobbiamo iniziare da come trattiamo le persone con cui condividiamo ogni giorno gli spazi della formazione.

La carriera alias, in questo contesto, non è un'eccezione burocratica. È una dichiarazione di valori. È il primo passo per formare designer capaci di "vedere" le persone per ciò che sono e di immaginare mondi dove il rispetto, l'identità e la libertà siano elementi progettuali essenziali. E chissà: forse i prodotti, i servizi, le comunicazioni che nasceranno da queste aule sapranno cambiare anche l'esterno, rendendolo un po' più umano. Un po' più giusto. Un po' più disegnato per tuttə.

Nicolò Guerrera
Pieroad

Intervista
Social Impact

Tornare a casa dal mondo, a piedi, secondo @Pieroad____

"Un giro del mondo, a piedi. Perché proprio a piedi? Quando si viaggia si cerca qualcosa"

E Nicolò Guarrera ha deciso di cercarlo lentamente, "per dare spazio e tempo alla qualità, alla costruzione di storie e ricordi". Il virgolettato è ripreso dal sito del suo Pieroad____, nome proprio di opera d'arte, costruito nell'arco di tempo che Nicolò ha impiegato ad appiedare il mondo a forza di passi, da Malo a Malo (provincia di Vicenza).
Nicolò è partito da casa nel 2020, e Nicolò è tornato a casa il 13 settembre 2025, dopo 36.136 km, 24 paia di scarpe, più di 1800 notti fuori casa, tra la gente del mondo che l'ha ospitato e le notti in tenda, all'addiaccio. Lui e il suo fidato Ezio, il passeggino che l'ha aiutato a trasportare il necessario per vivere, lungo questi 60 mesi. Sono solo numeri, solo numeri che suggeriscono un'impresa altrimenti non riassumibile. È tutto nel suo canale Instagram, pieroad____: lì sta il suo viaggio a piedi, mentre Nicolò ricomincia un'altra vita.

Come vedi il ritorno a casa? Sei tornato alla vita "normale" o sei "arrivato" a una vita diversa, in un luogo che sembra casa?
"Penso ci vorrà almeno un mese per dare al corpo e alla mente il tempo di capire di essersi fermati. Al momento è come fossi arrivato in un altro posto del cammino, mi sento ancora di passaggio anche se non sto preparando la tappa successiva. In questo mi favoriscono gli impegni, già tanti: inviti a serate, festival, la stesura di un libro, attività che tengono occupata la testa. La sensazione di familiarità è forte, ma anche qui ci sono stati cambiamenti. In paese alcuni dettagli sono cambiati, stanno rifacendo il campanile della chiesa, un ponte è crollato, un altro è sorto; e anche la vita di chi è rimasto ha preso una direzione ben definita".

Da Malo alla costa ligure e provenzale, tagliando i Pirenei e scendendo giù fino a Huelva, in Spagna. Da qui, il catamarano che l'ha navigato fino a Panama, per poi discendere tutto il Sudamerica lungo le Ande, giungere alla Terra del Fuoco e poi un aereo per l'Australia. Da Sydney a Adelaide, l'outback in verticale fino a Darwin. "Infine", l'India, l'Oman e il Medio Oriente, il trekking armeno sulla Trans Caucasian Trail, la sfida turca di 90 giorni per mettere piede in Europa, e poi la Grecia e i Balcani. Slovenia, Trieste, e di nuovo Malo.

Hai pensato, durante il viaggio, a come applicare la lentezza alle varie dinamiche "occidentali" quotidiane (su tutte, quella del lavoro)?
"L'impegno sarà ricordare di andare con calma, senza fretta. Più che a un metodo ho pensato a un approccio, ossia fare le cose con calma, sforzandomi di prendere dei tempi morti in cui passeggiare e lasciar correre la mente, magari parlando a voce alta per fare ordine tra i pensieri. Lo facevo con Ezio, nel deserto, mi aiutava a focalizzarmi sulle cose importanti e a lasciar correre le altre. Va da sé che il tempo a disposizione aumenta, permettendo di rallentare".

Dal 31 agosto al 13 settembre, Nicolò ha organizzato via social una serie di camminate, tappa per tappa per percorrere gli ultimi chilometri insieme alle persone che l'hanno seguito per cinque anni. Un pezzetto di strada l'ha fatto anche Humane, aggregandosi al cammino nella tappa di Camposampiero, per curiosare nel viaggio mondiale di Nicolò. Gli abbiamo chiesto cosa avesse trovato, nel suo viaggio, come si sentisse nel momento in cui, dopo cinque anni di solidarietà, il mondo si stesse stringendo attorno alla sua impresa, al suo sogno.

Hai camminato verso occidente, sei arrivato in oriente, poi di nuovo occidente: cosa esporteresti di "nostro" nella vita occidentale, e cosa importeresti del loro mondo, qui?
"Esporterei il metodo scientifico: è utile a definire e a comprendere le cose senza fronzoli spirituali o religiosi. Importerei invece l'accettazione del rischio e la serena consapevolezza della morte; e il senso di comunità respirato in tanti paesi, che dà un significato alla vita e alla famiglia".

Damiano Martin

Marco Selmin
Project Manager di Galileo Visionary District

Sostenibilità

Coltivare connessioni: il progetto GREENTA a Padova

Il progetto GREENTA, a Padova, coinvolge una rete di otto parchi urbani della città con l'obiettivo di co-progettare un "parco diffuso", inteso come spazio promotore di una maggiore fruibilità del verde urbano.

La maggior parte dei parchi della rete è co-gestita dalle associazioni vincitrici dei bandi di concessione del Settore Verde del Comune di Padova. Un parco è invece autogestito da un gruppo di cittadini, che ha iniziato a prendersene cura in seguito alla sua rigenerazione da parte del gruppo G124 dell'Università di Padova. Grazie al lavoro delle associazioni, molti di questi spazi si sono trasformati da luoghi sotto-utilizzati a nuovi poli attrattivi per i quartieri in cui si trovano e per la città, proponendo progettualità integrate in collaborazione con enti e associazioni del territorio, oltre a un palinsesto variegato di attività culturali. Si tratta di contesti vivaci e plurali che rafforzano il valore della politica urbana messa in campo dall'amministrazione.

Il progetto GREENTA ha rappresentato l'occasione per riunire attorno allo stesso tavolo i diversi stakeholder, per riflettere su possibili linee condivise e co-progettare visioni future per una rete pilota dei parchi.

Da un punto di vista operativo, il progetto si articola in tre principali linee d'azione: attraverso attività di placemaking creativo (GREENThinking), prototipazione di arredi urbani sostenibili (GREENTalent) e un'applicazione digitale (GREENTouch), sviluppate per costruire connessioni fisiche e digitali tra i parchi urbani pilota coinvolti.

Da un punto di vista teorico, la prima fase del progetto è stata dedicata allo studio di approcci, sguardi e buone pratiche utili per orientare le azioni progettuali, facendo riferimento a una visione ampia dell'accessibilità agli spazi urbani. In particolare, è stato approfondito l'approccio dello Universal Design, che mira a creare ambienti accessibili, utilizzabili e comprensibili dal maggior numero di persone, indipendentemente dalle loro caratteristiche e abilità specifiche. Questo approccio considera le esigenze di tutte le persone, allontanandosi da un'idea di "fruitore" imposta come standard e universalistica.

Parallelamente, è stata erogata una formazione specifica agli studenti del SID di Padova, coinvolti attivamente nel progetto, per approfondire il complesso concetto di intersezionalità, utile per comprendere la molteplicità e la complessità delle esperienze di fruizione e interazione tra i corpi e gli spazi. Questo passaggio si è rivelato cruciale nell'orientare le attività laboratoriali e la progettazione di prototipi di arredo urbano sostenibili e a misura di tutte e tutti.

**Il progetto GREENTA è stato finanziato nell'ambito del programma iNEST-Interconnected Nord-Est Innovation Ecosystem (codice ECS 00000043)(PNRR) – MISSIONE 4 COMPONENTE 2, "Dalla ricerca all'impresa" INVESTIMENTO 1.5, "Creazione e rafforzamento di "Ecosistemi dell'innovazione" costruzione di "leader Territoriali di R&S" – Secondo Bando a cascata destinato al Triveneto dello Spoke 4 CITY, ARCHITECTURE AND SUSTAINABLE DESIGN - CUP F43C22000200006. I partner sono Ascom Servizi Padova (capofila), Conform Scarl e Parco scientifico tecnologico Galileo.*

*** I parchi coinvolti nella rete sono: Parco Milcovich da aps Il Coccodrillo, parco degli Alpini da aps Rilabo, Campo dei Girasoli da aps Play, Telaio Bike Café da asd Il Telaio, parco Fistomba da asd Draghi, parco Europa da aps Mame e Giardini dell'Arena da aps Fusmart Mutaforma, parco dei Salici, auto-gestito da un gruppo informale di cittadini e dall'aps Quarto Tempo.*

Alessandra Andrisani
Ginecologa e docente presso UniPD

Intervista
Social Impact

Social freezing: rallentare il tempo, per tornare a essere madri (e padri)

Uno dei significati più intrinseci e profondi del concetto "restare umani" è inevitabilmente legato alla procreazione delle generazioni future: in altre parole, "fare" figli. Se la popolazione nazionale e continentale tende all'anzianità - in Europa le persone over 65 sono aumentate del 2,9% medio tra il 2014 e il 2024 (dati Eurostat), in Italia +2,8% - gran parte del problema è dovuto alla denatalità, e al mancato ricambio generazionale. Ergo: non si fanno più figli.

Motivi economici e sociali, in buona parte sulle spalle delle donne, fanno procrastinare sempre più una scelta che, per ragioni biologiche, dovrebbe essere presa in età giovane. C'è un tempo per la formazione personale, un tempo per la realizzazione professionale, e un tempo per trovare il giusto partner con cui, infine, costruire una vita. Ma, fra un tempo e l'altro, l'orologio biologico scorre, e se l'età percepita ha esteso la giovinezza fino ai 40 anni (almeno), l'età effettiva di una donna impone una scelta: quando è il momento giusto per accogliere una gravidanza? Una soluzione potrebbe essere "sospendere" il tempo.

La "sospensione del tempo" è stato il tema del talk portato sul palco del TedxPadova a maggio 2025 da Alessandra Andrisani, professoressa associata di Ginecologia e Ostetricia all'università di Padova, esperta di procreazione medicalmente assistita (PMA) e promotrice alla tutela della salute riproduttiva. Il termine chiave è "social freezing": il congelamento degli ovociti in età di massima fertilità (20-30 anni) per poter consentire alla donna di posticipare la gravidanza nel momento sociale più favorevole.

Dott.ssa Andrisani: perché si parla di "social freezing", e sottolineo "social", se siamo in ambito medico? "Il termine nasce per distinguere la ragione e l'intervento medico di procreazione assistita, dalla soluzione clinica. Nelle donne gravemente malate si è posta la necessità di preservare la loro fertilità, di salvarla, salvando a propria volta il desiderio di maternità, minacciato da patologie devastanti nel fisico, prima, e nell'animo poi. La pratica medica del congelamento degli ovuli restituisce una normalità all'idea di famiglia, nonostante una malattia. Uscendo dall'ambito medico, il social freezing risponde a un'esigenza sociale: l'infertilità fisiologica, dettata dalla discrepanza tra l'età biologica e l'età percepita di una donna".

È appunto la distinzione che fa nel suo talk. L'età biologica è fattuale, l'età percepita dipende dalla cultura e dal sentire personale. Se il social freezing viene in aiuto dell'età biologica, lasciando intoccata la narrazione dell'età percepita, non diventa un impedimento a cambiare appunto la percezione dell'età percepita? "Assolutamente sì. C'è un però: io, che sono fautrice di PMA e di social freezing, ho sempre tenuto un focus sull'educazione. La pratica non deve veicolare un concetto di comodo, come "non ho voglia di avere un figlio ora, poi ci penserò, intanto congelo gli ovuli", per due motivi: oltre al concepimento, poi ci sono nove mesi di gravidanza da affrontare, in un corpo forse più debilitato, e quindi a rischio patologie. Il secondo motivo, ed è un'opinione personale, guarda alle energie necessarie per crescere un bambino; l'anzianità diminuisce la forza e il tempo a disposizione per vivere con un figlio. Un bambino ha il diritto di essere cresciuto dai genitori. Il social freezing è fondamentale perché dà un po' più di tempo e di respiro, ma non può mancare la consapevolezza attraverso momenti di comunicazione (come il Ted) e di responsabilità da parte degli esperti". Nel nostro Paese, oggi, la media di figlio o figlia per donna è di 1,2, contro l'1,8 degli anni Novanta e il 2,5 negli anni Sessanta. La sacrosanta conquista delle donne in campo sociale e professionale, in un mondo ancora "androcentrico" dove l'assistenza in caso di gravidanza è fallace (basti pensare ai congedi di paternità pressoché inesistenti), sono elementi che stanno conducendo alla "trappola demografica" a cui si riferisce la professoressa Andrisani nel suo Ted talk: il calo del numero delle donne in età fertile, per qualsiasi tipo di gravidanza: naturale, omologa o eterologa.

Un'obiezione in merito ai ruoli di genere: l'assistenzialismo procreativo a favore della donna, non rischia di demandare e di sollevare l'uomo e la società dalle responsabilità nei confronti della prole? In parte sì, ma d'altra parte risponde all'aiuto sociale, e alla fondamentale importanza dell'educazione: bisogna che la popolazione sia educata alla fertilità, parlando di alimentazione correlata e di attività fisica, ma anche a comprendere la sessualità consapevole, soprattutto nell'età in cui la fertilità è massima. Il social freezing è una misura preventiva che impone una riflessione ai giovani sulla possibilità di diventare genitori, dato che permette una scelta meditata preliminarmente e non elimina il problema per mancanza di opportunità."

E dal punto di vista economico, il social freezing è fattibile? "La questione economica si lega a quel che potremmo considerare il 'mercato dei gameti': se calano le donne in età fertile, cala anche la possibilità di fecondazioni eterologhe. In ogni caso, il social freezing ha costi spesso inferiori rispetto alla chirurgia plastica: anche questo dovrebbe far riflettere".

Nell'immaginario comune, il concepimento e l'attesa di un figlio e di una figlia avevano, e forse hanno, un senso di "dono inaspettato". Con la "progettazione di una gravidanza" questa cosa si va a perdere, secondo lei? "Dal punto di vista di chi lavora da tanti anni in questo ambito, la PMA ha una concezione romanticissima, come un miracolo nel miracolo: il dare la possibilità di realizzare un sogno, nonostante le difficoltà, sia in caso di malessere fisico che di impedimenti sociali. In quanto donna, dico che l'orologio biologico c'è sempre: è giusto che chi ce l'ha si senta più tranquillo, allentando la pressione sociale della persona giusta o della realizzazione personale. Il social freezing è un incentivo e un aiuto a pensare e a far pensare alla genitorialità e alla famiglia".

Citando la sociologa Barbara Katz Rothman: «*Birth is not only about making babies. Birth is about making mothers*». Nell'idea del procreare, forse il nostro mondo ha perso l'idea di educare dei genitori, prima; un dibattito aperto gioco-forza dalla soluzione medica e tecnologica, laddove la denatalità è divenuta, ormai, una malattia sociale. "La PMA e il *social freezing* mettono nella condizione di dover pensare per tempo al desiderio di diventare madri in futuro, e di cosa voglia dire essere madri. Anche nel rapporto di coppia. È un modo per riflettere su un argomento, la genitorialità, dato per scontato, e quindi ignoto. Più la pratica si espanderà - conclude la professoressa Andrisani - più ridurrà la questione relativa alla ricerca dei figli e alle difficoltà relative". In un mondo che corre, ritornare a essere umani significa anche riguadagnare un proprio tempo lento, dove si possa pensare e ritornare a un equilibrio tra essere madri, padri, e figli.

Damiano Martin

Steve Azzalin
Responsabile rapporti con le imprese di Galileo Visionary District

Innovazione

Mecc Alte con Galileo per introdurre l'AI in azienda, un processo virtuoso

Grazie al format "Artificial Intelligence Codesign Lab" e a un approccio sartoriale alla formazione, il Galileo Visionary District ha accompagnato, tra maggio e luglio 2025, 30 dipendenti della Mecc Alte di Creazzo (Vi) nel percorso di sviluppo condiviso di 6 progetti di applicazione concreta dell'Intelligenza Artificiale nelle funzioni aziendali. Tra i premiati alla fine del percorso formativo e creativo una chatbot di assistenza al cliente che consente di destinare il 30% del tempo degli operatori ad attività a più alto valore aggiunto.

La multinazionale degli alternatori di Creazzo, Mecc Alte, ha scelto il Galileo Visionary District per fare un ulteriore passo in avanti nell'introduzione dell'Intelligenza Artificiale nei processi aziendali.

Grazie al format "Artificial Intelligence Codesign Lab. A multidisciplinary Al Program" il Parco Scientifico e Tecnologico Galileo Visionary District ha infatti accompagna le imprese del territorio in percorsi personalizzati di formazione, progettazione e sviluppo di progetti di introduzione dell'intelligenza artificiale nelle funzioni aziendali: non solo per efficientare i processi produttivi ma per creare valore sfruttando l'IA a tutti i livelli.

Tra maggio e luglio 2025, 30 collaboratori dell'headquarter di Mecc Alte sono stati coinvolti in un format che i docenti e i tecnici del Galileo Visionary District hanno plasmato sulle esigenze specifiche dell'azienda che, nel 2024, fatturava 200 milioni di euro e occupava circa 1200 dipendenti nei plant produttivi in Veneto, Gran Bretagna, India e Cina. Mecc Alte è presente con le sue sales business unit anche a Singapore, in Australia, negli USA, in Francia, in Spagna e in Germania.

Una collaborazione da cui sono emersi 6 differenti progetti, tutti potenzialmente implementabili: tra questi un modello di chatbot che consente di destinare il 30% del tempo degli operatori ad attività a più alto valore aggiunto grazie ad un sistema che analizza i dati relativi ai ticket (le richieste di supporto post vendita) dei clienti, e interviene in automatico suggerendo le soluzioni statisticamente più probabili, prima dell'intervento di un operatore umano.

"L'intelligenza artificiale è uno strumento da usare con cura e attenzione – dichiara Barbara Michielini, Group HR director di Mecc Alte. I suoi vantaggi? Permette di liberare energie, ottimizzare le attività ripetitive a cui molti di noi si dedicano quotidianamente e migliorare la qualità del tempo lavorativo, stimolando la creatività e favorendo la collaborazione. Può essere anche un mezzo per apprendere e accrescere il proprio know-how. Con questo spirito abbiamo organizzato in Mecc Alte un percorso formativo dedicato all'AI: un investimento nelle persone, per imparare a conoscerla e utilizzarla. Cultura e responsabilità. Come ogni innovazione, l'AI porta con sé sfide e interrogativi che vogliamo affrontare con lucidità e spirito critico."

Il format pensato dal Galileo Visionary District mette al centro i collaboratori aziendali, detentori del know-how, che attraverso l'acquisizione di competenze AI diventano loro stessi protagonisti dell'innovazione, identificando e realizzando in prima persona soluzioni AI-driven per i processi della propria azienda. Il percorso prevede 5 differenti step: il primo offre 4 lezioni da 4 ore ciascuna sui principali aspetti dell'IA a cui hanno partecipato, in questo caso, 30 collaboratori di Mecc Alte, selezionati dal team HR garantendo la partecipazione di tutte le aree aziendali. Le 4 lezioni hanno riguardato: l'utilizzo e la comprensione dei modelli linguistici per l'elaborazione di contenuti, l'analisi dei dati, la generazione di immagini, la generazione di video e di avatar virtuali per la formazione e la comunicazione.
Il secondo step ha visto realizzarsi una sessione immersiva di 8 ore di Design Thinking in cui i partecipati, suddivisi in 6 gruppi omogenei per area professionale, hanno lavorato insieme (e per gruppi) per identificare problemi concreti ed esplorare le opportunità dell'utilizzo dell'intelligenza artificiale nei propri processi operativi. È stata poi lanciata una sfida per la "migliore idea innovativa" a cui hanno partecipato tutti i gruppi identificati.

Durante il terzo step, i gruppi hanno lavorato al proprio progetto, perfezionandone gli obiettivi e i meccanismi operativi. Nel quarto step i 6 gruppi hanno avuto a disposizione una call di un'ora con i tecnici IA del Galileo Visionary District al fine di validare e perfezionare il progetto.

L'ultima fase del progetto è stata un vero e proprio evento aziendale che ha visto i 6 gruppi protagonisti di altrettante presentazioni multimediali destinate ai colleghi e alla dirigenza. L'evento si è concluso con la premiazione di tutti i progetti, classificati e premiati con assegni formativi da 2.000, 1.500 e 1.000 euro. Questi assegni formativi permetteranno l'approfondimenti dei temi che i vincitori riterranno più utili per la propria crescita professionale in Mecc Alte.

"In Galileo abbiamo un AI Team, formato da professionisti con competenze trasversali che studiano l'evoluzione continua delle applicazioni dell'Intelligenza Artificiale ai processi aziendali. Grazie ad un approccio che sa bilanciare innovazione e testing continui, fino ad ora abbiamo formato lavoratori e dirigenti, offrendo centinaia di ore di formazione e coprogettazione a un centinaio di imprese, organizzazioni ed enti del territorio. Pmi, associazioni di categoria, enti pubblici ma anche multinazionali di diversi settori.
Il percorso che abbiamo realizzato con Mecc Alte è un esempio dell'approccio innovativo che Galileo Visionary District applica alle attività di trasferimento tecnologico sviluppate negli anni con le imprese del territorio – spiega Emiliano Fabris, direttore del Galileo Visionary District. Nell'arco dei 2 anni in cui abbiamo implementato questo nuovo servizio, abbiamo accompagnato decine di imprese nello sviluppo di percorsi formativi sul tema dell'Intelligenza Artificiale. Un servizio che offriamo sulla base di un sistema di competenze che si evolve di pari passo con l'evoluzione di questa tecnologia e che mira a rispondere alle esigenze concrete delle aziende nostre clienti."

Sara Sasso
Membro del Consiglio Direttivo di AIDP e Hr Director di Quantum

Intervista
Innovazione

AIDP, il valore della community per i giovani HR

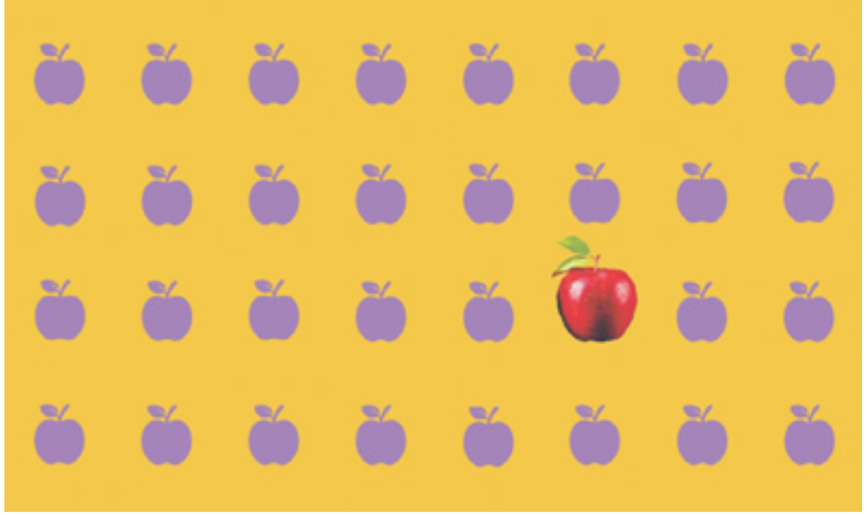
Chi lavora ogni giorno nelle Risorse Umane può sentire il bisogno di condividere esperienze, trovare ispirazione e rafforzare le proprie competenze. AIDP (Associazione Italiana per la Direzione del Personale) è il principale luogo in cui questo scambio avviene. Con Sara Sasso, membro del consiglio direttivo di AIDP e Hr Director di Quantum, approfondiamo questa realtà.

Come hai cominciato la professione che ti ha portata a diventare HR Director?

Avendo studiato lingue, sono sempre stata una persona molto curiosa nei confronti degli altri e delle culture straniere. Ho vissuto a lungo all'estero e questo mi ha permesso di guardare il mondo da prospettive diverse. Quando sono entrata in azienda ho scoperto l'ufficio HR. Ho capito che avrei potuto essere di supporto e di aiuto agli altri attraverso questo lavoro. All'inizio del mio percorso ero in Bayer, dove mi occupavo di revisione della struttura HR a livello globale. Successivamente sono stata assegnata a un progetto dove abbiamo dovuto ridisegnare tutti i processi. Ci siamo occupati di mansioni come la selezione, i payroll, le relazioni sindacali, rimappando tutto con nuovi ruoli. È stata una gavetta intensissima perché il progetto ha previsto anche l'implementazione di SAP, e ha comportato il coordinamento di risorse diverse. Grazie a questa esperienza, rientrata in Italia, sono riuscita a ricoprire subito il ruolo di HR manager generalista, acquisendo man mano tutte le skill per gestire un dipartimento intero.

C'è stato un momento di svolta significativa nella tua carriera professionale?

A un certo punto mi sono fermata e ho cercato di capire in cos'ero più brava. Ho capito che il dialogo e la gestione delle relazioni erano aspetti che mi appassionavano. Ho deciso quindi di specializzarmi frequentando un percorso di counseling che è durato tre anni. E' stata un'esperienza che mi ha cambiato la vita: se prima il mio focus era soprattutto tecnico, in seguito mi sono concentrata sulla dimensione relazionale. Questo mi ha aiutato a gestire i rapporti con tutti i livelli aziendali affrontando i confronti con maggiore assertività rispetto al passato. Un filo conduttore che ha caratterizzato il mio percorso è il fatto di essermi sempre sentita implementatrice di cambiamento.



Perché entrare in Aidp e qual è il valore aggiunto che dà questa associazione?

Per me AIDP rappresenta un luogo sicuro in cui poter apprendere e condividere. Ci teniamo molto che i giovani lo sentano e lo vivano così. In particolar modo, per loro, AIDP rappresenta un ambiente dove poter sperimentare, differente dall'azienda dove ovviamente ci si aspetta più performance.

Occupandoti della parte giovanile dell'associazione, quali sono secondo te le strategie più efficaci per attrarre e trattenere i talenti in Italia?

Credo che offrire ai giovani un ambiente di lavoro accogliente sia fondamentale. Questo significa spiegare i meccanismi e le dinamiche interne, avere un'organizzazione chiara e trasparente. Sono presupposti fondamentali affinché una persona si possa sentire in un luogo dove potersi esprimere al meglio. Questo ovviamente deve svilupparsi in modo coordinato con una leadership pronta ad accogliere i giovani. Le ragazze e i ragazzi devono poter sperimentare, sbagliare e quindi essere supportati, anche nel comprendere eventuali errori o essere premiati nel momento in cui riescono nel compito che è stato affidato loro.

Ci sono progetti, appuntamenti significativi di AIDP nel Nord-est?

Ce ne sono molti, uno fra tutti quello sulla diversità e l'inclusione. Organizziamo continuamente attività, webinar e incontri in presenza su questo tema. Si sta lavorando molto per dare supporto, conoscenza e consapevolezza rispetto alla nuova normativa retributiva europea, che il prossimo anno ci terrà tutti molto occupati, e quindi il gruppo territoriale si è mosso già da inizio estate per realizzare attività prima della fine dell'anno.

Quali sono le prossime sfide per chi lavora alle risorse umane?

La prima è che la funzione HR non può prescindere dal business: in futuro questo sarà un aspetto sempre più determinante. La seconda è che potrà essere davvero utile al business solo se capace di restituire una visione complessiva della realtà aziendale. Attraverso l'analisi dei dati disponibili, mostrando tendenze e dinamiche delle persone che la compongono. Questo consente di rendere consapevoli anche le funzioni verticali, offrendo una visione d'insieme. Analizzare la situazione, individuare i trend e predisporre azioni tempestive per supportare l'evoluzione: queste sono le sfide che ci attendono.

Marco Camporese

Maria Cristina Lavagnolo

Docente di Circular & Sustainable Waste Management di UniPD, principal investigator del CEWMS

Un futuro più consapevole:

l'azione del CEWMS - Circular Economy of Waste Materials and Sustainability, centro studi sull'economia circolare dell'Università di Padova

Viviamo in un'epoca di grandi transizioni: climatica, energetica, digitale e sociale. In questo scenario, l'economia circolare non è più soltanto un modello economico alternativo, ma una vera e propria visione di futuro, capace di coniugare crescita, inclusione e rispetto per il pianeta.

Il Centro Studi sull'Economia Circolare CEWMS – Circular Economy of Waste Materials and Sustainability – dell'Università di Padova nasce proprio con questo obiettivo: promuovere la circolarità, la sostenibilità, l'innovazione e l'inclusione sociale, ispirando un cambiamento culturale profondo e duraturo all'interno della società.

Il Centro, al quale aderiscono 79 ricercatori afferenti a 20 dipartimenti di diverse aree scientifiche, integra competenze multidisciplinari indispensabili per supportare la transizione verso l'economia circolare e promuovere le dinamiche economiche, sociali e ambientali che la caratterizzano. Attraverso attività di ricerca scientifica, analisi dei dati e soprattutto collaborazione multi e interdisciplinare, il Centro studia le strategie più efficaci per ridurre gli sprechi, valorizzare i materiali, promuovere l'uso efficiente delle risorse, misurare l'impatto delle politiche pubbliche e aziendali e verificare la corretta chiusura del ciclo della materia.
Alla base della missione del CEWMS vi è inoltre la convinzione che la sostenibilità cominci dalla conoscenza e dalla ricerca, e che occorra trasformare la conoscenza in azione.

Tra le sfide cruciali su cui il Centro concentra le proprie attività vi è anche quella della tutela della biodiversità, oggi riconosciuta come un pilastro fondamentale della sostenibilità globale. La perdita di biodiversità, dovuta al degrado ambientale, all'inquinamento, al consumo di suolo e al cambiamento climatico, rappresenta infatti una delle minacce più gravi per l'equilibrio degli ecosistemi, la sicurezza alimentare e la salute umana.

L'economia circolare, nella visione del CEWMS, non è soltanto uno strumento per ridurre rifiuti e ottimizzare risorse, ma anche un mezzo per rigenerare i sistemi naturali, restituendo valore alla natura attraverso pratiche di produzione e consumo che rispettano i cicli biologici, preservano gli habitat e favoriscono la resilienza degli ecosistemi. La ricerca promossa dal Centro esplora quindi modelli innovativi capaci di coniugare sviluppo economico e conservazione della biodiversità, promuovendo un approccio integrato tra ecologia, scienze dei materiali, ingegneria, economia e scienze sociali.

Il Centro trova riscontro formativo nel corso di laurea magistrale internazionale "Sustainable Chemistry and Technologies for Circular Economy", il cui obiettivo è formare una nuova generazione di cittadini e imprenditori capaci di coniugare competitività e responsabilità nel contesto dell'economia circolare. La quasi coincidenza tra i docenti del CEWMS e della laurea magistrale crea un ambiente di scambio continuo, dove conoscenze e idee circolano in modo naturale, alimentando una simbiosi formativa e scientifica unica.

Contemporaneamente, il Centro promuove momenti di informazione, condivisione e discussione rivolti a studenti, professionisti, imprese ed enti pubblici, finalizzati a sviluppare competenze sull'economia circolare, la progettazione sostenibile, la transizione energetica, l'innovazione sociale e la tutela della biodiversità. Questi momenti si sono concretizzati in una serie di eventi, in cui le aziende diventano protagoniste, "UNITI per l'economia circolare", organizzati insieme alla Fondazione UNISMART dell'Università di Padova, che promuove a sua volta il trasferimento tecnologico e la formazione post-lauream.

Anche grazie a questi eventi, il Centro Studi si propone come un laboratorio di idee e sperimentazioni, un luogo dove ricerca e impresa si incontrano per co-creare soluzioni sostenibili. Sono stati promossi progetti su riciclo e riuso dei materiali, simbiosi industriale, bioeconomia, energie rinnovabili, design circolare, digitalizzazione dei processi produttivi e valorizzazione dei servizi ecosistemici. Collaborando con enti locali e aziende, il Centro contribuisce a costruire ecosistemi territoriali dell'innovazione, in cui la sostenibilità diventa motore di sviluppo e occupazione qualificata.

Un altro pilastro dell'attività del Centro è la promozione dell'impatto sociale. La sostenibilità, infatti, non riguarda solo l'ambiente, ma anche le persone e le comunità. Il Centro si impegna a favorire il dialogo tra istituzioni, cittadini, mondo produttivo e società civile, creando occasioni di confronto sui grandi temi globali. Attraverso l'organizzazione di conferenze e tavoli di lavoro, il Centro facilita la costruzione di reti territoriali e internazionali, dove si condividono esperienze, buone pratiche e strumenti concreti per una transizione giusta e inclusiva.

L'obiettivo non è solo studiare il cambiamento, ma ispirarlo e accompagnarlo, rafforzando la capacità delle comunità locali di innovare e rigenerarsi attraverso la promozione dell'economia solidale, del lavoro sostenibile e della valorizzazione dei saperi artigianali, fino alla diffusione di modelli di welfare comunitario basati sulla condivisione e la cooperazione. Attraverso la diffusione della cultura della sostenibilità, la tutela della biodiversità, l'elaborazione di politiche basate su dati e la promozione di buone pratiche, il CEWMS sta contribuendo a costruire un futuro più consapevole, equo, rigenerativo e in armonia con la natura.

Daniele Boggian
CFO di Siav

Intervista
Social impact

Siav, attrattività e responsabilità sociale: un modello per le imprese venete

In un contesto di crescente competizione per i talenti e difficoltà nel reperire risorse specializzate, Siav ha scelto una via chiara: mettere le persone e la comunità al centro della propria strategia. Il bilancio di sostenibilità 2024, redatto in collaborazione con Fòrema e Deempact, fotografa un'azienda che affronta la sfida dell'attrattività non con slogan, ma con azioni concrete e misurabili.

Siav Società Benefit, fondata nel 1990 a Rubano da Alfieri Voltan, è leader italiano nell'Enterprise Content Management, con oltre il 20% di quota di mercato e più di 4.000 clienti tra aziende ed enti pubblici. Specializzata in dematerializzazione e gestione elettronica dei documenti, offre software, soluzioni cloud e servizi di outsourcing per workflow, protocollo, fatturazione elettronica e conservazione digitale, operando in Italia, Svizzera e Romania. Nel 2021 ha assunto lo status di Società Benefit, integrando etica e responsabilità sociale nel proprio modello di governance. Investe oltre il 12% del fatturato in ricerca e sviluppo, vantando certificazioni e partnership tecnologiche di livello internazionale.

"L'adozione dello status di Società Benefit – spiega il CEO Nicola Voltan – formalizza il nostro impegno a generare valore sociale, oltre a quello economico. Questo impegno prende forma nelle politiche di welfare e conciliazione vita-lavoro, nella certificazione Family Audit rinnovata nel 2024 come membro Executive e nella riconferma della certificazione UNI/PdR125:2022 per la parità di genere."

Siav ha esteso a tutto il personale il remote working e la flessibilità oraria, offrendo part-time temporanei per rispondere a esigenze familiari. Sono state introdotte nuove convenzioni nel welfare e avviata una piattaforma dedicata per rendere più accessibili i benefit. Un piano formativo annuale, articolato sui fabbisogni emergenti, ha incluso corsi tecnici, soft skill, sostenibilità e percorsi per ruoli manageriali, incrementando del 18% le ore di formazione erogate.

L'impegno per la comunità locale è altrettanto forte: con la "Siav Impact Week", Siav ha donato complessivamente circa 840 ore di lavoro dei propri collaboratori e collaboratrici, che hanno svolto attività di volontariato, presso la cooperativa Gruppo Polis di Padova, a sostegno dell'inclusione di ragazzi con disabilità.

Ogni collaboratore può inoltre dedicare un'ulteriore giornata retribuita all'anno per svolgere attività di volontariato presso un ente di sua scelta. Diverse, inoltre, sono state le iniziative promosse da Siav nel corso del 2024 a sostegno di progetti solidali, come "Mammografia ed ecografia gratuita" a Rubano, il supporto alla scuola Il Raggio e l'iniziativa "La violenza non è un gioco" per donne e bambini vittime di violenza domestica.

Per i più giovani, il progetto "Coderdojo in Siav" ha avvicinato circa venti bambini al coding, mentre stage e career day con università e scuole del territorio hanno creato opportunità concrete di inserimento lavorativo e promozione delle discipline STEM. «Vogliamo essere attrattivi non solo per i nostri prodotti, ma per i valori che rappresentiamo», sottolinea il CFO Daniele Boggian. La sostenibilità sociale diventa così anche leva competitiva: retention dei talenti, miglioramento del clima aziendale, networking con il territorio.

Francesca Colucci, che in Siav si occupa dei processi di sostenibilità aziendale, evidenzia come il monitoraggio costante degli indicatori ESG e il dialogo con gli stakeholder abbiano permesso di prevenire rischi e migliorare le performance sociali. "In un'epoca in cui l'attrattività aziendale è un nodo cruciale per la crescita, l'esempio di Siav dimostra che mettere le persone al centro e investire nella comunità non è solo etico, ma anche efficace. La sostenibilità sociale, qui, non è un capitolo del bilancio: è la strategia stessa."

Mauro Pigozzo

Francesca Da Porto
Prorettrice con delega alla sostenibilità di UniPD

Padova Ateneo sostenibile

L'impegno dell'Università di Padova per lo sviluppo sostenibile si innesta in una tradizione di libertà e "cultura fondata su valori universali quali i diritti umani, la pace, la salvaguardia dell'ambiente e la solidarietà internazionale" (art. 1.2 dello Statuto), che attesta la consapevolezza del ruolo fondamentale che l'Ateneo riveste nella promozione di un cambiamento culturale diffuso, e nell'elaborazione di nuovi modelli e processi trasformativi, necessari per raggiungere obiettivi di sviluppo sostenibile.

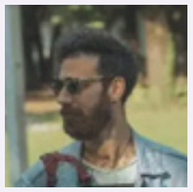
Nel contesto del più ampio progetto UniPadova Sostenibile, l'Ateneo ha adottato la Carta degli Impegni di Sostenibilità, che struttura e raccorda politiche e azioni messe in atto dalla governance di Ateneo, proposte spontanee dell'intera comunità accademica, e iniziative di comunicazione, sensibilizzazione e divulgazione di buone pratiche.

La prospettiva della carta è globale, attenta alla riduzione dell'impatto ambientale e al benessere delle persone. L'ateneo attua significative politiche di welfare, con un investimento in costante aumento. Numerose sono le azioni a supporto del benessere, tra le quali attività di sport e cura della salute rese disponibili all'interno degli spazi universitari per dipendenti e studenti, e iniziative per la conciliazione vita-lavoro, come l'inaugurazione del Nido Milla Baldo Ceolin. Sono stati approvati il Piano di Azioni Positive e il Piano di Uguaglianza di Genere con proposte di azioni orientate alle pari opportunità e parità di genere. La dimensione inclusiva dell'Ateneo, che garantisce l'accessibilità delle strutture e delle attività a tutte e tutti, si è arricchita della dimensione internazionale di supporto e accoglienza per studenti e docenti in fuga dai conflitti in corso. L'educazione alla sostenibilità è molto incisiva, con più del 50% degli insegnamenti erogati in ateneo attinenti ad almeno uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030, tutti i corsi di laurea di nuova attivazione orientati a temi di sostenibilità, e la disponibilità di alcuni General Course multidisciplinari sui temi della sostenibilità.

L'oculata gestione delle risorse si è tradotta nel tempo nella formulazione di gare di appalto "verdi", premiate in diversi contesti per i contenuti innovativi, nell'adeguata gestione dei rifiuti speciali, avviati a recupero per più del 95%, e nella riduzione dei rifiuti plastici. Recentemente si è introdotta in modo capillare la raccolta differenziata negli spazi di ateneo ed è stato creato un portale del riuso, nel quale è possibile scambiare, tra le diverse strutture di ateneo, oggetti e

dispositivi in buono stato per prolungarne la vita. Ogni anno si attuano interventi in supporto della mobilità sostenibile e vengono siglate convenzioni, in favore di dipendenti e studenti, con i principali gestori di servizi di trasporto pubblico e a noleggio. L'attuazione di un importante Piano Energetico ha portato alla riduzione del 5% dei consumi rispetto alla baseline (2017), nonostante un aumento della volumetria dell'ateneo, avvenuto senza consumo di suolo, del 22%. Oltre a mettere in atto un insieme di azioni di efficientamento e contenimento, si è avviata la progressiva produzione di energie da fonti rinnovabili, in particolare geotermia e fotovoltaico, e si stanno sperimentando sistemi di Green Smart Building Management, per migliorare i parametri di qualità ambientale interna degli edifici. Il complesso Beato Pellegrino, primo campus gas-free dell'ateneo, ha vinto il premio del GSE per l'efficienza energetica. L'inventario dei gas ad effetto serra, implementato e certificato dal 2019, ha visto una riduzione delle emissioni del 24%, mentre dal 2024 è stata anche avviata l'attività di monitoraggio dei consumi idrici dell'Ateneo. Infine, è stato recentemente avviato anche un sistema di tagging per l'attribuzione dei progetti di ricerca ai 17 SDGs dell'Agenda 2030, così da rendere possibile una mappatura puntuale anche nell'ambito della ricerca.

La Carta degli Impegni di Sostenibilità si traduce in queste e molte altre iniziative concrete mediante l'integrazione nel ciclo della perfomance, attraverso il Piano Strategico e il Piano Integrato di Attività e Organizzazione. L'attività di monitoraggio consente una rendicontazione puntuale e trasparente nel Report di Sostenibilità annuale. Grazie a questa prassi, fondata su programmazione e rendicontazione, il progetto UniPadova Sostenibile ha ricevuto importanti riconoscimenti, tra i quali il Premio Giusta Transizione, promosso dall'ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, contribuendo a rafforzare il ruolo dell'Università di Padova sui temi della sostenibilità.



A cura di

Damiano Martin

Redattore di Humane World Magazine

Rubrica
Innovazione

mAIeutica: la ragione, tra l'essere umano e la macchina

Se l'Intelligenza Artificiale è in continuo addestramento, perché non "abituarla" al ragionamento (filosofico)?

mAIeutica è un esperimento: un ragionamento portato avanti dall'Intelligenza Artificiale - il software chat GPT-5 - e da un essere umano, che incalza la macchina nelle domande e nelle argomentazioni. Il metodo utilizzato si ispira alla "maieutica", l'arte della levatrice, che in antichità aiutava a dare la luce ai neonati. Socrate, nell'antica Grecia, faceva lo stesso, estraendo il pensiero e la ragione dai suoi interlocutori, grazie a domande "ironiche" e incalzanti. In questo "dialogo socratico". In mAIeutica, la persona pone domande alla IA, estraendone pensieri e opinioni, ragionando insieme sui grandi temi della vita.

Inizia un dialogo con mAIeutica

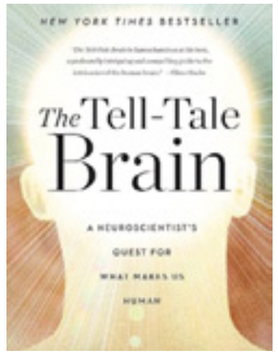
Consigliati da leggere

Life 3.0

Being Human in the Age of Artificial Intelligence

di Max Tegmark

Un saggio che esplora come l'intelligenza artificiale stia trasformando il concetto stesso di essere umani: cosa ci rende unici, quali rischi e opportunità ci attendono.

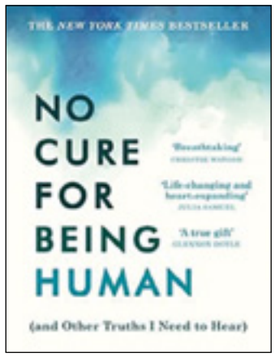


The Tell-Tale Brain

A Neuroscientist's Quest for What Makes Us Human

di V. S. Ramachandran

Un viaggio tra neuroscienze, coscienza e identità, per capire cosa nella nostra mente ci rende ciò che siamo.

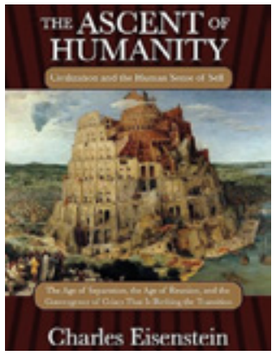


No Cure for Being Human

(And Other Truths I Need to Hear)

di Kate Bowler

Kate Bowler esplora le limitazioni insite nella condizione umana — finitezza, dolore, incertezza — con onestà, ironia e profondità spirituale. È una lettura che insegna ad accogliere la nostra "umanità ferita".

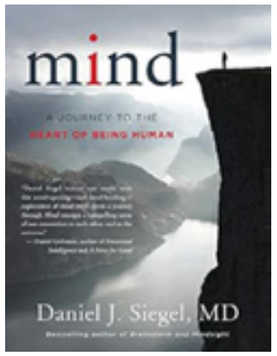


The Ascent of Humanity

Civilization and the Human Sense of Self

di Charles Eisenstein

Charles Eisenstein analizza il concetto di progresso, la disconnessione tra civiltà e natura, e come recuperare un senso di identità che non fosse alienato dal mondo vivo. Un libro che guarda al "restare umani" in un mondo complesso e tecnologico.

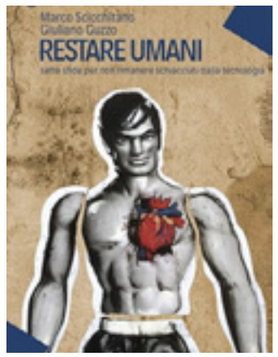


Mind

A Journey to the Heart of Being Human

di Daniel J. Siegel

Daniel J. Siegel esplora la mente umana, la coscienza, le relazioni e la crescita personale. Un testo che lega neuroscienze, psicologia e spiritualità, per comprendere come restare "connessi" a noi stessi e agli altri.



Restare umani

Sette sfide per non rimanere schiacciati dalla tecnologia

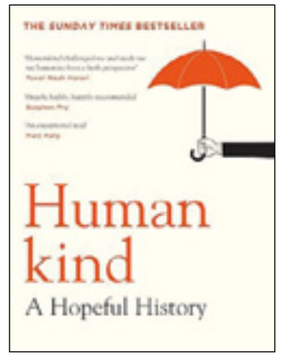
di Marco Scicchitano e Giuliano Guzzo

Esamina questioni contemporanee come tecnologia, sessualità, genetica, consumismo, nascere/vivere/morire, e cosa significhi preservare l'umano in un'epoca di cambiamento intenso.

Never Let Me Go

di Kazuo Ishiguro

Romanzo distopico che, attraverso la storia di personaggi "diversi", indaga temi di identità, valore della vita, diritti e memoria umana. È spesso citato tra i libri che aiutano a "contemplare l'esperienza umana".

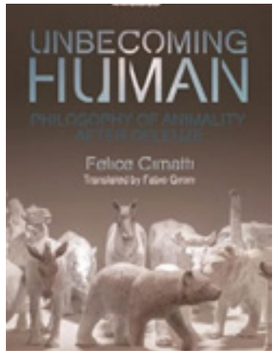


Humankind

A Hopeful History

di Rutger Bregman

Un "antidoto" al pessimismo antropologico: Bregman argomenta che, nonostante le narrazioni negative sull'essere umano, siamo fondamentalmente creature sociali e benevole.



Unbecoming Human

Philosophy of Animality After Deleuze

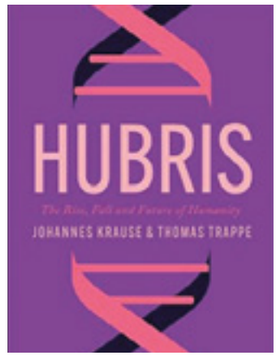
di Felice Cimatti

Un approccio filosofico più teorico che mette in crisi l'idea "umana" come entità distinta. Esamina il confine tra umano e animale, la relazione con l'alterità e l'identità come divenire.

Le leggi della natura umana

di Robert Greene

Un saggio che esplora i meccanismi psicologici e comportamentali che guidano il comportamento umano: potere, desideri, strategie relazionali. Aiuta a conoscere meglio l'"umano dentro", nelle sue luci e ombre.

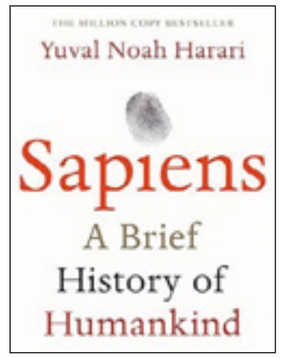


Hubris

The Rise, Fall, and Future of Humanity

di Johannes Krause e Thomas Trappe

Un'analisi del narcisismo collettivo dell'umanità, tra ambizione, eccesso tecnologico e rischi esistenziali. Un invito a riflettere sui limiti dell'orgoglio umano e sulle sfide che pone il futuro.

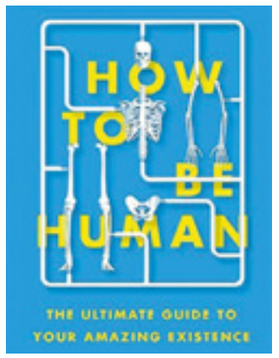


Sapiens

A Brief History of Humankind

di Yuval Noah Harari

Un'ampia narrazione storica e interdisciplinare (biologia, antropologia, economia) su come Homo sapiens sia arrivato a dominare il mondo. Un libro che invita a riflettere su cosa significhi essere umani in termini di potere, responsabilità e destino collettivo.



How To Be Human

The Ultimate Guide To Your Amazing Existence

di New Scientist

Un testo più leggero ma ambizioso, che offre riflessioni pratiche e filosofiche su come vivere pienamente la propria umanità oggi, con consapevolezza e scelte consapevoli.

Non essere una macchina

Come restare umani nell'era digitale

di Nicholas Agar

Titolo che già nel sottotitolo indica chiaramente l'intento: riflettere su come non perdere la dimensione umana in un mondo sempre più digitalizzato.

Consigliati da ascoltare

Sulla gentilezza

Dialoghi su noi e gli altri

Mario Calabresi

Un viaggio intimo e riflessivo sulla gentilezza come fondamento della vita sociale e personale, fra storici, scienziati e artisti che ne esplorano l'origine, il senso e le declinazioni oggi.

Durata media:
20–30 min
Episodio consigliato:
"La gentilezza come scelta politica"

Puoi ascoltarlo su:
Spotify
Apple Podcasts
amazon music
YouTube

AIAIAI Podcast

MaglA: Magazine Intelligenza Artificiale

Un formato brillante che indaga le sfide e le opportunità dell'intelligenza artificiale, con linguaggio accessibile e ospiti esperti pronti a decodificare un futuro che ci riguarda tutti.

Durata media:
25 min
Episodio consigliato:
"L'intelligenza artificiale che ci somiglia"

Puoi ascoltarlo su:
Spotify
YouTube

Cose molto umane

Gianpiero Kesten

Pillole quotidiane di curiosità, scienza e storie degli esseri umani, raccontate con semplicità e ironia — perfette per arricchire la pausa caffè e i viaggi in macchina con un pensiero nuovo.

Durata media:
8-12 min
Episodio consigliato:
"Perché ridiamo?"

Puoi ascoltarlo su:
Spotify
Apple Podcasts
amazon music
YouTube

A wild mind

Andrea Bariselli

Un podcast che unisce neuroscienze, natura e introspezione, esplorando come tutto — cervello, ambiente, vita — sia connesso. Una proposta affascinante per chi guarda al mondo con occhi curiosi.

Durata media:
30–40 min
Episodio consigliato:
"Mind the Nature"

Puoi ascoltarlo su:
Spotify
Apple Podcasts
YouTube

Gentili lettori, grazie per averci letto fin qui.

Il nostro impegno nel comunicare e promuovere un nuovo modo di pensare e di vivere continua online sul nostro sito www.humaneworldmagazine.it.

Per non perdere neanche un articolo, una news o un'intervista iscriviti alla nostra newsletter e leggi comodamente Humane World Magazine sulla tua e-mail:

Continua a seguirci anche sui nostri canali social:

@humaneworldmagazine
Humane World Magazine
Humane World Magazine

Se invece vuoi farci conoscere la tua opinione, un suggerimento o hai voglia di scrivere con noi, puoi contattarci in redazione:

redazione@humaneworldmagazine.com

Credits

DIRETTRICE RESPONSABILE
Isabella Zotti Minici

REDAZIONE
Francesca Ricciardi
Damiano Martin
Marco Camporese
Martina Eleno
Giulia Ghisa
Sara Griggio
Mauro Pigozzo
Nunzio Ingiusto

STAMPA
Biblos Stampa & Editoria

HUMANE WORLD MAGAZINE
È UN PROGETTO DI
Galileo Visionary District e Fòrema

EDITORE
Fòrema Srl

OSPITATO NEGLI SPAZI
Le Village by CA Triveneto

PROGETTO GRAFICO
Galileo Visionary District
COPERTINA
Cecilia Coldel e Nicole Micheletto,
studentesse di Scuola Italiana Design

Humane world magazine è una testata libera: non riceviamo sponsorizzazioni ne' dalle persone ne' dalle aziende di cui scriviamo.
La nostra indipendenza è la prima forma di credibilità.

Humane World Magazine è una testata giornalistica di Parco Scientifico e Tecnologico Galileo SCpA. Tutti i diritti riservati.
Iscrizione Tribunale di Padova 8973/2023 RVG.

GALILEO
visionary district

fòrema
LEARNING ECOSYSTEM

LE VILLAGE
Collaborare per innovare
by CA

Si ringraziano gli studenti e le studentesse di Scuola Italiana Design per aver partecipato al contest per la realizzazione della copertina di questo numero di Humane World Magazine

sid,