

# Acta

NON VERBA

IDEE D'IMPRESA, RETE E CULTURA

n. 0 • settembre 2020





Rivista trimestrale di finanza, arte e cultura

n. 0 | settembre 2020

COMITATO DIRETTIVO

*Errico Formichella, Gianfranco Nappi*

REDAZIONE

*Marco Amore, Veronica Gisondi, Alessandro Canzian, Alessandro Battaglia Parodi*

HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO

Errico Formichella, Gianfranco Nappi, Paolo Stampacchia, Mariano Iadanza, Giuseppe Festa, Achille Flora, Massimiliano Bencardino, Greta Miliani, Alessandro Battaglia Parodi, Paola Giordano, Michele Gargiulo, Ciro Orefice, Antonella Franco, Alessandro Biamonte, Maria Aceto, Francesco Di Sarno, Alfredo Morzillo, Claudia Giaquinto, Velia Cappabianca, Chiara Raviele, Cosimo Possemato, Alex Giordano, Alfonso Del Forno, Pasquale Carlo, Sergio D'Angelo, Filiberto Parente, Marco Ehlardo, Maria Bisogno, Fabrizio Macri, Anne Marie-Bruyas, Alessia Merola, Fiorenza Maturo, Francesco Lizza, Giovanni Policastro, Veronica Gisondi, Alessandro Canzian, Marco Amore

**Acta Non Verba** è una rivista trimestrale edita dalla SEF, che propone contenuti d'eccezione accompagnati da copertine che omaggiano il lavoro di artisti contemporanei. La mission della redazione consiste nel dotare i lettori di uno strumento atto a decifrare il vasto mondo della gestione d'impresa, capace di formare e informare grazie a contributi autorevoli e alla collaborazione di enti pubblici e privati. Una bussola per orientarsi sui mercati finanziari, ma anche un oggetto artistico in edizione limitata.

Edizione online: [www.actanonverba.it](http://www.actanonverba.it)

Registrazione presso il Tribunale di Napoli n. 2815/2020 del 23/6/2020  
Sede legale presso SEF Sas, Viale Antonio Gramsci 13, 80100 Napoli

Progetto grafico *Francesco D'Amato*

Stampa *Infolio*

In copertina

Angelo Casciello, *L'arco di Ulisse*, 2002, Ferro, marmo di Carrara,  
cm 300x170x90, Collezione Museo Michetti, Francavilla a Mare (Chieti)

Idee d'impresa, rete e cultura

Editoriale | 1

# NEXT GENERATION EU

## IL GRANDE TEMA DELLE RISORSE



**GIANFRANCO  
NAPPI**

La prova, alla fine, è stata vinta. È stato giusto non isolarsi dal contesto europeo. E, del resto, come sarebbe stato possibile con una Pandemia che non conosce confini e barriere. Insieme si vince la partita o insieme si soccombe. Alla fine hanno avuto ragione la nuova Commissione Europea che ha puntato tutto sul *Next generation Eu*, il Parlamento Europeo che ha sollecitato un grande strumento comune, Merkel e Macron, certo, i Paesi Mediterranei. E ha avuto ragione il Governo italiano cui va dato atto di una tenacia e intelligenza di lavoro non scontate: alla fine daranno così 209 i miliardi di euro nei prossimi anni a disposizione tra sovvenzione e prestito.

I paesi cosiddetti ‘frugali’ hanno dovuto prendere atto dopo una interdizione durata giorni e giorni. Frugali nei confronti degli altri ma poco frugali a casa loro: l’Olanda ad esempio. Intanto è un paese che usa il *dumping* fiscale per andare in competizione spinta e scorretta con gli altri paesi europei facendo ‘proseliti’ anche in Italia: non è un caso che colossi come Fca e Ferrero abbiano in quel paese la loro sede fiscale.

Quanto poi ad ‘accostumatezza’ nel rapporto con il denaro anche qui le cose stanno meno bene di quanto appaia. Se nel confronto con il nostro paese il loro Debito pubblico raggiunge il 50% del Pil a fronte del nostro 130% (pre-Covid ovviamente), per quanto attiene all’indebitamento di famiglie e aziende in Italia è vicino al 100% del PIL mentre in Olanda raggiunge il 250% del PIL.

In ogni caso però saranno dunque ingenti le risorse che saranno a disposizione.

**Si pone il grande tema: come e per cosa utilizzarli?**

Pierluigi Ciocca, già Direttore della Banca d’Italia, sta insistendo sulla necessità di puntare sugli investimenti pubblici come volano per la ripresa,

capaci di generare un fattore moltiplicatore pari a 3: per ogni euro investito si genera un effetto di ricchezza mobilitata di 3 euro. E quindi nei fatti, gli investimenti pubblici si ‘ripagano’ completamente.

Puntare dunque con decisione in questa direzione, evitando di disperdere risorse in mille rivoli utili a costruire consenso elettorale o ad accontentare piccole e grandi corporazioni, ma inutili a creare sviluppo.

E poi immaginare finalità chiare e precise: conversione ecologica del sistema economico e produttivo e della vita delle città, reti sociali di protezione e di inclusione a cominciare dalla Sanità pubblica, sapere, scuola, università, ricerca per l’innovazione. E all’interno di questo un grande Progetto su scala per il Mezzogiorno.

Le condizionalità dovremmo ora essere noi cittadini ad esigerle: per evitare gli sciupii del passato ci sarebbe bisogno di un grande e partecipato confronto interno al paese nel quale definire obiettivi e pratiche di intervento. E poi meccanismi di spesa e di controllo certi e anch’essi trasparenti.

L’occasione è storica. Da un suo cattivo utilizzo non ne uscirebbe male solo un Governo, ma ne sarebbe colpita la democrazia stessa.

*Gianfranco Nappi, Direttore del Bimestrale di Pensieri di libertà *Infinitimondi* – di cui è anche uno dei fondatori – è giornalista pubblicista e autore di Saggi e Ricerche su *Sviluppo economico, Mezzogiorno* e una nuova concezione dell’agroalimentare. Deputato al Parlamento per tre legislature (la prima con il PCI) e poi Assessore all’Agricoltura della Regione Campania, attualmente è Responsabile per i Progetti Strategici di *Città della Scienza*.*

Editoriale | 2

# DISRUPTIVE APPROACH

## CAMBIAMENTO DIROMPENTE PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE E DURATURA

IDEARE, RIPENSARE, RIDISEGNARE IL PRESENTE PER  
TRACCIARE STRADA DEL PROPRIO FUTURO



**ERRICO  
FORMICHELLA**

Acta nasce da un'ambizione, da un desiderio che diventa realtà proprio nel periodo di immobilismo per antonomasia, durante il lockdown, quando io e i miei colleghi, in controtendenza rispetto al trend nazionale, abbiamo deciso di investire in nuove forme di comunicazione e crescita.

Lo abbiamo fatto per diffondere ancor di più la nostra filosofia aziendale, le nostre convinzioni; per mantenere aperto il dialogo con i nostri clienti, far vedere che realmente potevamo farcela e offrire un segnale di vicinanza a chi ne aveva e ne ha maggiormente bisogno.

Noi tutti – sia il gruppo SEF che le autorevoli personalità che hanno accompagnato il nostro cammino in questi mesi – abbiamo lavorato con dedizione e caparbia mettendoci la faccia, in piena consapevolezza delle azioni intraprese e convinti che quanto realizzato rappresentasse un contributo concreto per il rilancio delle attività.

Acta è materializzarsi delle nostre idee, delle nostre visioni: un luogo di amicizia, di incontro, di dialogo, di libertà e cultura, di condivisione e speranza, di fiducia nel futuro e di supporto concreto alla ripresa.

Lo scenario economico mondiale ha subito un cambiamento irreversibile.

Ciò va accettato con pragmatismo e in piena consapevolezza in quanto le trasformazioni sono alla base della vita in senso biologico nonché del concetto moderno di società liquida.

Stephen Hawking, nella 'Teoria del Tutto', ipotizzava e dimostrava un universo senza limiti e rintracciava proprio nell'assenza di confini la sua stessa forza, di questo stesso universo, capace di auto-apprendere, riplasmarsi all'infinito e rafforzarsi a dispetto di ogni staticità.

Anche noi dobbiamo essere capaci di un costante

reframing, di "oltrepassare il limite dei nostri confini mentali", traendo insegnamento dal costante mutarsi delle cose nel mondo che ci circonda. Solo così possiamo creare valore duraturo e condiviso.

Acta non Verba ha questo ambizioso obiettivo: diventare un veicolo, uno strumento per spingersi oltre i confini personali, culturali e sociali di ognuno di noi, per costruire un percorso di crescita sostenibile ed equilibrato. Un percorso virtuoso che non può prescindere dall'autocritica, da un esame approfondito e trasversale, imputabile non tanto a un costante mutamento di opinioni, ma soprattutto a una maggiore apertura alle possibilità di cambiamento.

Proprio il concetto di Disruptive Approach è stato uno dei mantra che abbiamo lanciato durante i mesi scorsi. Demolire per ricostruire in maniera consapevole, attraverso nuovi modi di leggere e interpretare la realtà. Nella storia questa definizione non sempre ha coinciso con qualcosa di positivo, eppure oggi, fortunatamente o meno (ai posteri l'ardua sentenza), siamo propensi con questo nuovo progetto a riconsiderare il concetto di 'rottura', convinti della necessità di dover cambiare approccio e visione.

### **Dobbiamo puntare alla conoscenza:**

*le decisioni vanno prese sui fatti,  
non sulle convinzioni.*

Acta non Verba!

### **Dobbiamo puntare sul coraggio:**

*prendere decisioni è importante anche quando  
non si conoscono le conseguenze delle proprie  
azioni. Non prendere decisioni non ci esonererà  
dalle responsabilità.*

Acta non Verba!

**Dobbiamo puntare sulle relazioni:**

*oggi la paura però non deve essere del danno materiale che la pandemia e la crisi innescata sta creando ma soprattutto della distruzione del capitale umano e relazionale che sta creando.*  
Acta non Verba!

I sussidi messi in campo dalle istituzioni sono una prima manifestazione di vicinanza ai bisogni della società, sono temporanei e servono per la sopravvivenza e per la ripartenza, sono cure palliative: quando finiranno, se nel frattempo non avremo investito su noi stessi e sulla nostra crescita, saremo senza qualità, senza professionalità e con gravi implicazioni sul nostro reddito futuro.

Per questo dobbiamo essere pronti a gestire il clima di incertezza con assoluta determinazione, promuovendo una linea di metodo improntata al dialogo e al confronto.

Dalla posizione di un operatore di Marketing quale Mirai Bay all'analisi teorica delle prospettive di un accademico del calibro di Paolo Stampacchia; dalle problematiche economico-finanziarie analizzate da Giuseppe Festa, Achille Flora e Massimiliano Bencardino, passando per la tecnologia che reinventa il comparto agroalimentare con Alex Giordano e un Terzo Settore sempre più rilevante con Sergio D'Angelo e Filiberto Parente, fino a un'analisi del mercato e della situazione internazionale con Fabrizio Macrì per la Svizzera e Anne-Marie Bruyas per la Cina, abbiamo capito che insieme emergono nuove opportunità ma, contestualmente, anche problematiche prima d'ora del tutto sconosciute.

Nasce così Acta.

Siamo al numero zero e l'augurio è che possa essere il primo di una lunga serie.

“ Il miglior modo  
per trovare  
la direzione  
del presente  
è tracciare  
la strada  
del proprio futuro. ”

Mario Draghi, *Meeting 2020* Rimini

*Errico Formichella*, laurea in *Economia e Commercio* presso l'Università Federico II, anno 2001, tesi di laurea in *Economia e Gestione delle Imprese Internazionali* con il Prof. Paolo Stampacchia. Prima della laurea ha vissuto il boom delle *new economy* con incarichi professionali nel mondo del *web marketing* che lo hanno portato a contatto con importanti realtà aziendali e permesso di iniziare a scrivere e trattare di *marketing*, tech, finanza ed economia. Nel post laurea ha maturato una profonda esperienza in qualità di analista finanziario presso un importante gruppo bancario. Attualmente esperto e consulente di importanti aziende ed Enti pubblici nel mondo della finanza e dell'internazionalizzazione da oltre venti anni, dal 2013 è *founder* e Ceo della SEF.







# SEF

SVILUPPO EFFICIENZA FINANZA

## SEF PER LA RICERCA

Un'azienda in prima linea per l'innovazione

SEF coniuga attività di innovation broker e di fund raising in un moderno processo di cooperazione tra soggetti del sistema economico e del mondo della ricerca, raccogliendo la sfida dell'innovazione sostenibile.

Conosci la nostra realtà  
[www.sefconsulting.eu](http://www.sefconsulting.eu)

### EDITORIALE

- 01 NEXT GENERATION EU**  
IL GRANDE TEMA DELLE RISORSE  
Gianfranco Nappi
- 02 DISRUPTIVE APPROACH**  
CAMBIAMENTO DIROMPENTE PER UNA  
CRESCITA SOSTENIBILE E DURATURA  
Errico Formichella

### ORIZZONTE ECONOMICO

- 08 LE PROSPETTIVE  
DEL "DOPO COVID-19"**  
Paolo Stampacchia
- 10 L'IMPORTANZA DELL'EDUCAZIONE  
FINANZIARIA**  
DALLA CONSOB AL GOVERNO, SI MOLTIPLICANO  
LE INIZIATIVE MA SI PARLA ANCORA SOLO  
ALLA SCUOLA  
Mariano Iadanza

### DIALOGHI CULTURALI

- 12 IMMANENZA, PLASTICITÀ E ARCHETIPO**  
UN'INTRODUZIONE ALL'ARTE DEL SEGNO  
DI ANGELO CASCIELLO  
Veronica Gisondi

### ECONOMIA E FINANZA

- 18 LA SOSTENIBILITÀ IMPRENDITORIALE  
DELL'INDEBITAMENTO**  
FONDAMENTI E CONTESTUALIZZAZIONI  
Giuseppe Festa
- 20 LE STRADE DI USCITA DALLA CRISI  
PANDEMICA GLOBALE**  
Achille Flora
- 24 QUALE È LA MALATTIA E QUALE  
È LA CURA?**  
Massimiliano Bencardino

### MARKETING E COMUNICAZIONE

- 26 VERSO UNA PRIMAVERA 2.0  
DEI VALORI**  
Greta Miliani
- 28 COMUNICAZIONE D'IMPRESA**  
STRATEGIE E CAMBIAMENTI, FRA DISRUPTIVE  
APPROACH E NUOVI PARADIGMI  
Alessandro Battaglia Parodi

### FISCO E DIRITTO

- 30 INTANGIBLE ASSETS**  
ELEMENTI STRATEGICI PER UN MODERNO  
VANTAGGIO COMPETITIVO  
Paola Giordano
- 32 INCONSCIO, PSICOPROGRAMMA  
DIGITALE E SFRUTTAMENTO DEL DATO**  
QUALE TUTELA DOPO L'EMERGENZA?  
Alessandro Biamonte
- 35 IL FENOMENO CRESCENTE DELLE  
CERTIFICAZIONI PRIVATE**  
PROSPETTIVE DI NUOVA CERTEZZA  
Maria Aceto

### FINANZA AGEVOLATA

- 38 IL RAFFORZAMENTO PATRIMONIALE  
PER LE IMPRESE**  
LUCI ED OMBRE  
Michele Gargiulo
- 42 PROJECT MANAGEMENT**  
IL PROGETTO, ARTICOLAZIONI E VINCOLI  
Ciro Orefice
- 46 APPROCCI STRUTTURATI DI FINANZA  
AGEVOLATA**  
I FONDAMENTI  
Antonella Franco



## INTERNAZIONALIZZAZIONE

- 48** **MADE IN ITALY POST-COVID**  
SAPER COGLIERE NUOVE OPPORTUNITÀ  
Francesco Di Sarno
- 53** **MADE IN ITALY E MERCATO INTERNAZIONALE**  
Alfredo Morzillo, Claudia Giaquinto
- 55** **INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA: COS'È?**  
Velia Cappabianca
- 56** **SVIZZERA**  
PORTO SICURO PER IL NOSTRO EXPORT  
Fabrizio Macri
- 58** **CINA**  
UN'INTERVISTA AD ANNE-MARIE BRUYAS  
Anne-Marie Bruyas

## INNOVAZIONE E RICERCA

- 60** **LA RIS3 COME STRUMENTO-GUIDA PER LO SVILUPPO E L'INNOVAZIONE DELLE PMI CAMPANE**  
Chiara Raviele
- 64** **IL TURISMO DI PROSSIMITÀ**  
OPPORTUNITÀ TRA INNOVAZIONE E RILANCIO  
Cosimo Possemato
- 68** **AGRICOLTURA, TECNOLOGIA E PARADIGMA SOCIO-ECONOMICO**  
UNA TRASFORMAZIONE SOSTENIBILE E NECESSARIA  
Alex Giordano
- 70** **AGRICOLTURA MULTIFUNZIONALE E PATRIMONIO ENOGASTRONOMICO**  
IL DECOLLO PARTE DALLA TERRA  
Pasquale Carlo
- 72** **MARCHIO PER LA BIRRA ARTIGIANALE ITALIANA**  
Alfonso Del Forno

## TERZO SETTORE

- 76** **I TEMPI DELLA RIPARTENZA E IL RUOLO DEL TERZO SETTORE**  
Sergio D'Angelo

- 78** **PROPOSTE OPERATIVE PER IL TERZO SETTORE CAMPANIA**  
UN APPELLO ALLA POLITICA  
Filiberto Parente
- 83** **LA SFIDA EUROPEA PER IL TERZO SETTORE**  
STRATEGIE DI FINANZIAMENTO ATTRAVERSO I BANDI EUROPEI  
Marco Ehlaro
- 87** **IL VALORE DELL'ECONOMIA SOCIALE NEL TERZO SETTORE**  
UN MERCATO DA SOSTENERE  
Maria Bisogno

## SEF INFORMA

- 92** **IL PUNTO DI VISTA QUELLI CHE... LA FINANZA AGEVOLATA**  
Alessia Merola
- 95** **MISURE AGEVOLATIVE IN EVIDENZA SMART&START ITALIA**  
Fiorenza Maturo
- 97** **MISURE AGEVOLATIVE IN EVIDENZA HORIZON 2020**  
Francesco Lizza

## CULTURA

- 99** **EMOJI MUSEUM**  
IL MUSEO DELLE EMOJI  
Giovanni Policastro
- 102** **SOGGETTI E SPAZI CULTURALI**  
COSCIENZA, AZIONE  
Veronica Gisondi
- 108** **EDITORIA E IMPRESA**  
ATIPICITÀ DI UN'IDENTITÀ IN FIERI  
Alessandro Canzian
- 110** **IL RUOLO CENTRALE DELLA PROGETTAZIONE NELL'ARTE**  
Marco Amore

Orizzonte economico | 1

## LE PROSPETTIVE DEL "DOPO COVID-19"



PAOLO STAMPACCHIA

**L**a pandemia da Covid-19 sta imprimendo un'accelerazione improvvisa e forse irreversibile ad alcuni processi che erano già in corso da tempo; gli effetti che ad essa si associano pongono Governi e Collettività di fronte alla necessità di assumere con urgenza scelte che per molti anni sono state rimandate.

Il primo processo su cui la pandemia ha imposto un'accelerazione senza precedenti è quello che ha visto per anni contrapposti lavoro e salute, il cui emblema recente è rappresentato dall'ILVA di Taranto con le necessità contrapposte di difendere, da un lato, le condizioni economiche di migliaia di lavoratori diretti e la struttura produttiva del Paese e, dall'altro, la salute degli stessi lavoratori e delle loro famiglie, così come quella di tante persone abitanti nei quartieri più vicini allo stabilimento metallurgico.

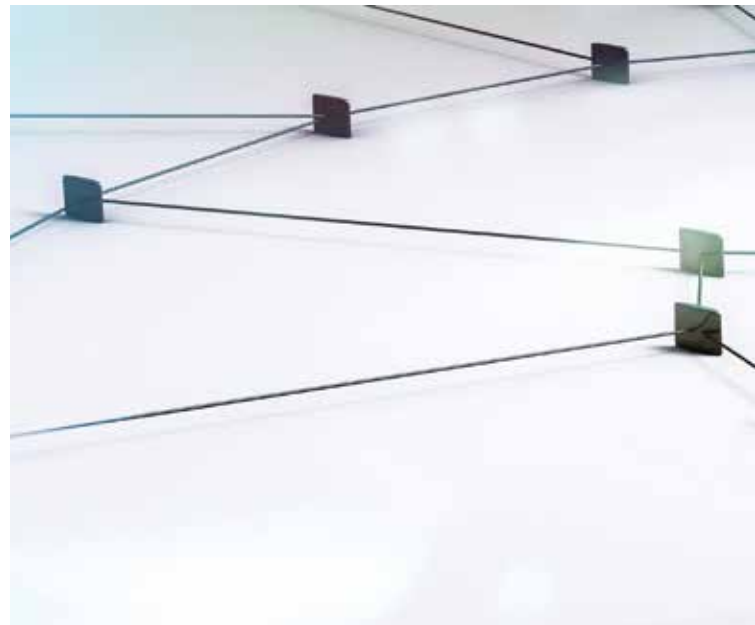
Il problema dell'ILVA, tuttavia, così come tanti altri contemporanei o precedenti (Piombino, Genova, valle d'Itria, Priolo, ecc.), sono stati sempre visti come problemi in qualche modo 'locali' per la distanza fisica e sociale tra decisori (pubblici e privati) e persone direttamente interessate, così come fenomeni superabili in un periodo più o meno lungo, con l'adozione di interventi di ristrutturazione, di innovazione o di de-industrializzazione più o meno strisciante che, comunque, si iscrivevano nell'ambito dei canoni tipici dell'economia di mercato controllata dagli Stati per controbatterne gli effetti più disastrosi dal punto di vista economico e sociale.

Ora, tuttavia, anche tralasciando l'eventualità che, trovato il vaccino, entro un anno/un anno e mezzo da ora tutto ritorni come prima, la pandemia da Covid-19 pone l'intera collettività di fronte a una contrapposizione ben diversa dal passato sia

per il valore degli elementi in gioco (la vita più che la salute o la qualità della vita come entità contrapposta al lavoro) sia per la diffusione nelle diverse componenti della realtà sociale (non solo lavoratori dipendenti ufficialmente riconosciuti, ma anche lavoratori 'in grigio', così come esponenti della piccola e media borghesia imprenditoriale o rentier proprietari di locali di diversa dimensione ed uso posizionati nelle città di ogni dimensione).

Se si prescindere dalle soluzioni introdotte per sopperire alle carenze di liquidità causate dai mesi di lockdown, le prospettive di ripresa delle attività economiche sono vincolate, infatti, dal rischio di contagio che colpisce trasversalmente tutte le attività appartenenti a quella che potremmo definire 'real crowd economy', mentre favorisce in maniera evidente tutte le attività connesse alla 'virtual crowd economy'.

Il nuovo contrasto tra salute e lavoro investe, infatti, non solo i processi produttivi in senso stretto (come nel caso dell'ILVA, di Piombino, ecc.), ma



più in generale le condizioni di vita entro cui si sviluppano molti processi produttivi, con particolare riguardo a quelli che comportano un contatto diretto tra fornitori e clienti o tra clienti che si rivolgono in contemporanea agli stessi fornitori. In questo caso non c'è differenza tra bar e ristoranti o fra ristoranti e gestori di alberghi o tra tutti questi e i fruitori di 'performing arts' (quali concerti negli stadi o spettacoli teatrali) o di spiagge o stazioni sciistiche o trasporti di persone su gomma, ferro, aereo o navi. Per tutte le attività basate sulla 'folla' (potremmo definirla *crowd economy*) si pongono problemi non solo di condizioni di ripresa delle attività (non ultima quella della responsabilità dei datori di lavoro per una malattia che può essere contratta dovunque), ma di equilibrio finanziario strutturale delle attività future.

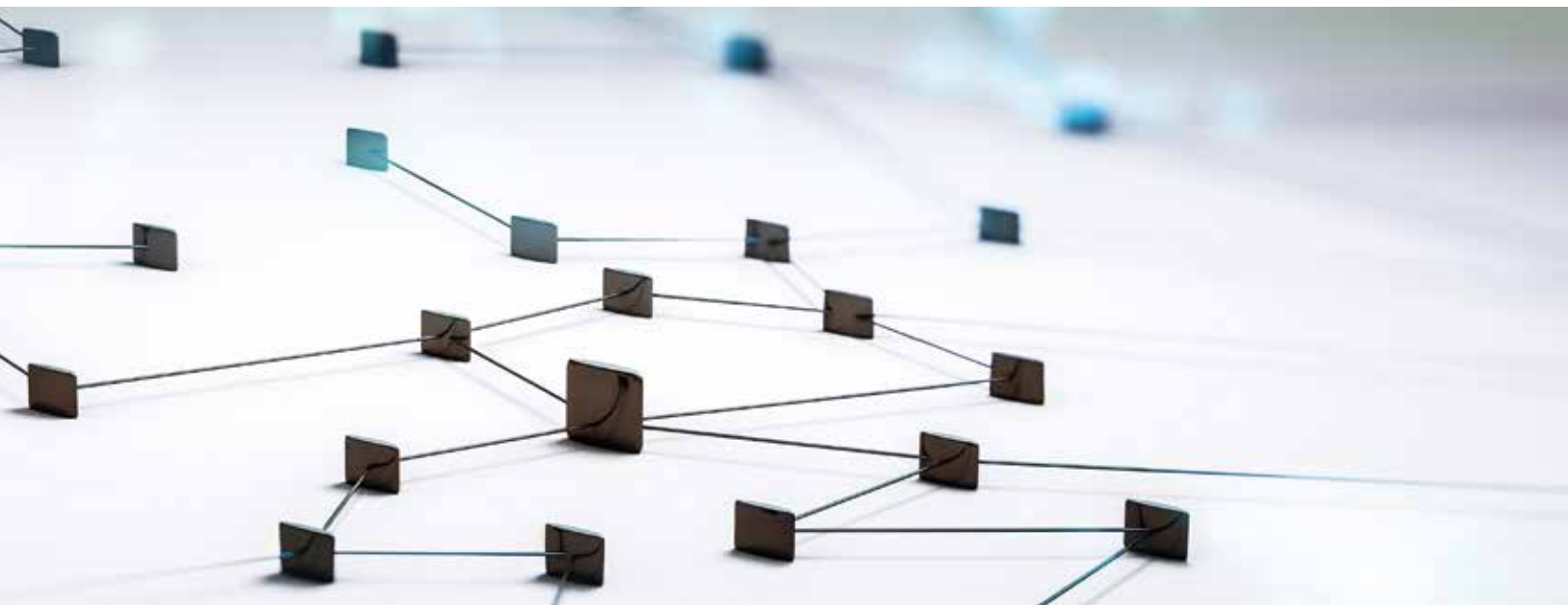
La riduzione dell'offerta nell'unità di tempo (posti a sedere nei ristoranti o bar, nei treni, teatri, o spiagge, ecc.) comporta una consistente elevazione dei costi unitari a causa della maggiore incidenza dei costi fissi (sempre rilevanti in queste attività rispetto alla totalità dei costi), di conseguenza non può non manifestarsi una necessaria crescita dei prezzi a cui però non può non far seguito una contrazione della domanda di dimensioni tali da consentire un uso parziale della pur ridotta capacità di offerta in contemporanea.

In queste condizioni le prospettive di raggiungimento di un nuovo equilibrio finanziario strutturale sono legate ad un ampliamento dell'offerta nel tempo o nello spazio e/o una contrazione del tempo di servizio che comporti una maggiore rotazione dei clienti sul numero – ridotto – di 'posti' disponibili.

Contemporaneamente la pandemia da Covid-19

sta evidenziando i termini drammatici di un altro contrasto che ha visto contrapposti Governi e collettività di molti paesi del globo. Si tratta della contrapposizione tra il 'modello di sviluppo' affermatosi a partire dall'inizio dell'Ottocento e le condizioni di permanenza in vita del Pianeta Terra (e dello stesso genere umano), con crescente produzione di rifiuti non eliminabili e l'acuirsi dello sfruttamento delle risorse naturali, sinteticamente rappresentato dalla progressiva incidenza dell'impronta umana, che ormai è arrivata a erodere il patrimonio di risorse disponibili a partire da poco più della metà di ogni anno.

*Paolo Stampacchia*, già Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese nell'Università degli Studi di Napoli Federico II. È stato coordinatore responsabile di diversi progetti, tra i quali: analisi economiche e di marketing nell'ambito del Progetto PRIN *Impatto di alimenti funzionali e/o nutraceutici contenenti polifenoli sul metabolismo energetico e glico-lipidico, l'infiammazione subclinica, l'espressione genica e le modificazioni epigenetiche in modelli sperimentali e nell'uomo*; convenzione tra l'Università di Napoli Federico II e Università Paris-Est Créteil per il percorso formativo comune *Administration et Echanges Internationaux*; convenzione Erasmus con l'Università di Nigde in Turchia; *Work Project Metodologie e Tecniche di gestione dei musei e dei beni culturali nel Mediterraneo* nell'ambito del Progetto Centro Interistituzionale Euro Mediteraneo e altri.



Orizzonte economico | 2

# L'IMPORTANZA DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA

## DALLA CONSOB AL GOVERNO, SI MOLTIPLICANO LE INIZIATIVE MA SI PARLA ANCORA SOLO ALLA SCUOLA



MARIANO IADANZA

**V**a salutato con favore il recente progetto pilota messo in campo dalla Consob sul tema dell'educazione finanziaria nelle scuole. Si tratta di un supporto concreto per avvicinare ad un argomento non sempre agevole gli studenti di un Paese, come l'Italia, che nel 2017 è risultato ultimo, tra quelli del G7, per alfabetizzazione finanziaria.

Il progetto è stato messo in atto in alcune scuole lombarde e si è concluso con la redazione di un modello didattico da poter utilizzare direttamente nel ciclo secondario ed in particolare nelle classi IV e V. A ben vedere, l'iniziativa rientra nel più ampio sforzo della Consob di dedicare attenzione ai giovani che vogliono avvicinarsi ai temi finanziari: di tale approccio fa parte anche la specifica sezione del portale della Commissione dedicato al tema. Si tratta di una questione che sta progressivamente coinvolgendo l'intero governo nazionale, almeno a partire dal 2017, anno di istituzione del Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria che, col suo portale *Quello che conta*, si propone di orientare le scelte di investimento, dai primi risparmi ai prodotti più complessi.

Istituito con Decreto del Ministro dell'economia e delle finanze, di concerto con il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca e con quello dello Sviluppo Economico, il comitato è composto da 11 personalità di spicco, nominate a vario titolo per apportare le proprie competenze in un settore nel quale gravitano ogni anno circa 4.200 miliardi di investimenti delle famiglie italiane.

Se globalmente le iniziative messe in campo dai singoli ministeri e dall'esecutivo nel suo insieme possono essere salutate con favore, ancora perma-





ne l'eccessiva attenzione alla scuola quale luogo principale nel quale trasmettere nozioni, consigli e buone pratiche finanziarie. Se è innegabile che l'istruzione, per la quale gravita nella sostanza la totalità dei giovani italiani, possa essere individuato quale luogo di elezione per favorire l'alfabetizzazione finanziaria, sono vere anche altre due cose.

La prima è che la scuola non può fare tutto, educando ad un tempo i ragazzi all'alfabetizzazione informatica, linguistica, civica, letteraria, scientifica, artistica, musicale, economica e così via. La seconda è che i giovani non frequentano solo la

scuola ma gravitano attorno a gruppi, associazioni, agenzie di educazione non formale che ben potrebbero essere di supporto nello sviluppo delle competenze chiave del quadro europeo e anche nel campo dell'educazione finanziaria.

L'auspicio è dunque che la Consob da un lato, e il Comitato dall'altro, rivolgano la loro attenzione anche ad attori diversi dalla sola Scuola, al fine di massimizzare l'impatto della loro azione. Un piccolo passo e in tal senso è rappresentato dalla prima edizione della Settimana dell'educazione previdenziale, lanciata nell'ambito di Ottobre Edufin 2020, il mese dedicato all'educazione finanziaria promosso dal Comitato governativo sul tema. Ma le associazioni vi compaiono ancora troppo poco e non potranno che prendervi parte in maniera residuale, senza un preciso sforzo di comunicazione. E di diffusione dei risultati, i quali, pur a tratti significativi, rimangono ancora appannaggio di pochi.



*Mariano Iadanza, attuale Business Development Manager di SEF, ha 15 anni di esperienza in project management and monitoring a livello nazionale ed europeo. Dopo la laurea cum laude in Scienze Politiche, indirizzo Asia-Africa e il Master in internazionalizzazione delle PMI, ha lavorato nel supporto alla penetrazione delle aziende sui mercati esteri a partire dal 2005. Dal 2010, ha seguito i principali programmi regionali in tema di Ricerca&Sviluppo. Ha diretto per tre anni e mezzo il Business Innovation Centre di Città della Scienza (2017-2020), per il quale è stato anche responsabile dell'Alta formazione e dei progetti europei e coordinatore del Design and Research Laboratory on Advanced Manufacturing.*

*Dialoghi culturali*

# IMMANENZA, PLASTICITÀ E ARCHETIPO

## UN'INTRODUZIONE ALL'ARTE DEL SEGNO DI ANGELO CASCIELLO



**VERONICA  
GISONDI**

**D**ai grandi volumi su carta agli imponenti murali del 1975, l'alba della ricerca di Casciello pone in dialogo scultura e pittura attraverso la lente del passato e il rapporto con la psicologia archetipica. Una ricerca che già dagli esordi si dispiega lungo un'indagine di carattere vivamente antropologico ma anche storico, metafisico e sociale, come si evince dalla progressiva interrelazione dell'opera con i segni e i luoghi dell'antico che pongono l'osservatore in contatto con una tradizione lunga secoli. Le sensibilità espressioniste di Casciello incorrono presto in una trasformazione formale e narrativa volta alla sintesi, diretta dal segno, in cui la relazione tra idea e forma dà origine a un nuovo spazio poetico e trova una reciprocità in un'armonia atmosferica più ampia, talvolta rarefatta.

Il rapporto diretto con il territorio e la sua eredità culturale acquista una centralità crescente nell'opera dell'artista a partire dalla seconda metà del 1980, divenendo elemento cardine dell'attività di Casciello negli anni più vicini a noi, periodo in cui si è dedicato allo sviluppo di installazioni site specific in relazione

a siti archeologici. È, invece, a partire dall'ultimo decennio del secolo scorso che Casciello approfondisce la ricerca sulle trasformazioni del linguaggio poetico dedicandosi alla lavorazione del ferro, offrendo una possibilità di riscatto ad una materia dalla connotazione essenzialmente bellica. Due decenni dopo lo stesso materiale è protagonista del suo intervento a Pompei, in cui il ferro si trasforma in una serie di sculture che intrecciano una conversazione con l'eredità del mito e l'identità sociale e culturale propria del panorama mediterraneo, ispirando una profonda riflessione sul valore della contemporaneità.

In un universo animato da tensioni temporali e spaziali, l'intuizione creativa di Casciello fa dell'incontro tra simboli e sapere un luogo aperto alla soggettività dell'osservatore, all'impermanenza del significato e alle sue sfumature. La dimensione di dialogo è uno dei cardini della ricerca dell'artista, su cui egli fonda un'analisi sia formale che concettuale. Si tratta però di uno scambio silenzioso, attivato come uno spazio in cui porsi domande e abbracciare il non conosciuto, senza dogmatismi né rigidità. Il suo lavoro sembra cogliere l'essenza inesauribile del rapporto tra pensiero magico e tecnica. L'organicità delle forme si associa alla potenza del segno – un segno che, mosso dalla volontà di esplorare le profondità della conoscenza, richiama una dimensione contemplativa negli intervalli che ne scandiscono l'andamento, e resta sovrano del proprio mutismo.

*Veronica Gisondi è scrittrice e curatrice. Si occupa di teoria critica, arte e cultura. Vive a Milano. Nel 2017 ha conseguito un MA in Culture, Criticism and Curation presso Central Saint Martins, University of the Arts, Londra. Collabora con SEF nell'ambito della progettazione.*



*Apparizioni regali, Reggia di Caserta, 2007.*

*Il Vento di Velia*, ferro dipinto, 2003







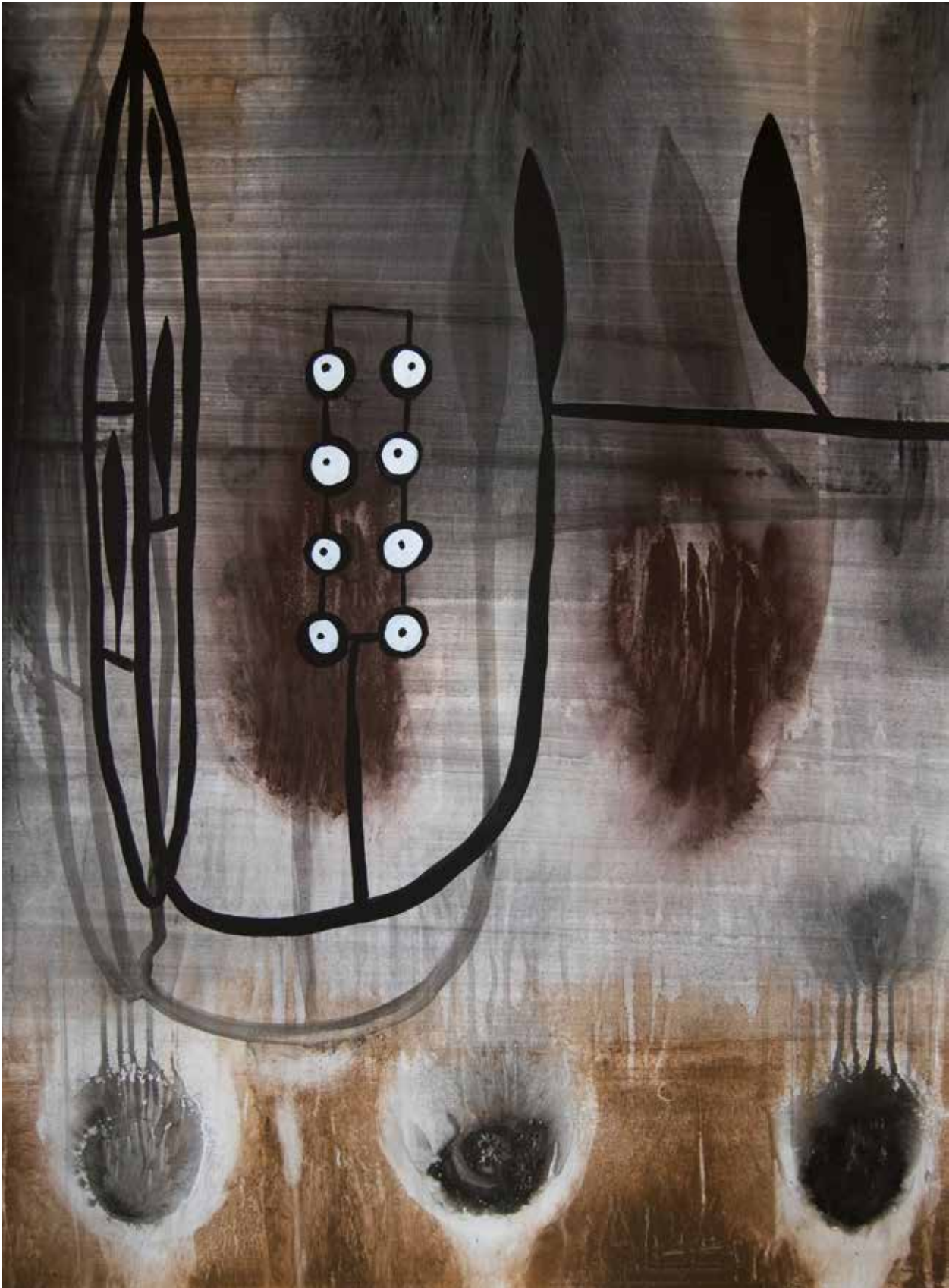
In alto *Apparizioni regali*, ferro dipinto, Reggia di Caserta 2007.

In basso *Narciso*, ferro, 2002.

Nella pagina di destra *Attento*, tecnica mista su carta, 2009.











*Apollo*, ferro dipinto, marmo di Carrara, 1999



*Angelo Casciello* nasce a Scafati (Salerno) il 9 settembre del 1957. Vive tra Scafati e Milano.

Il suo esordio nel mondo dell'arte risale al 1977. Nel 1979 tiene una mostra personale alla *Galleria Lucio Amelio* a Napoli nell'ambito della *Rassegna della Nuova Creatività del Mezzogiorno*. Si impone sulla scena nazionale e internazionale nel 1986 partecipando alla *XI Quadriennale di Roma* e alla *XLII Biennale di Venezia*, dove sarà ancora presente negli anni 2006 e 2011. Nel 1977 partecipa alla mostra *Tendenze dell'Arte Italiana negli anni '90*, Galleria d'arte Moderna, Zagabria, e alla *XXVII Biennale di Gravure*, Ljubljana. Nel 1992 partecipa alla *Biennale di Barcellona*. Negli anni 1990, 1991, 1992 viene segnalato come *Uno dei migliori artisti dell'anno*, dalla rivista «Arte», Mondadori, Milano. Nel 1999 è segnalato come *Uno dei migliori artisti degli ultimi 40 anni*, dalla rivista «Flash Art», G. Politi Editore, Milano. Nel 2001 vince il *Concorso Europeo per la realizzazione di*

*due grandi bassorilievi da collocare nell'Arengario del Nuovo Palazzo di Giustizia*, Napoli, e nel 2003 la Regione Campania e il Comune di Napoli organizzano la mostra *Casciello. Percorsi 1973/2013*, tenuta a Castel Dell'Ovo di Napoli. Nel 2005 partecipa alla mostra *La Scultura italiana del XX secolo*, Fondazione A. Pomodoro, Milano. Nel 2007 viene invitato dalla C.E.I. a illustrare alcune tavole del *Nuovo Lezionario*. Il 9 settembre del 2009 è nominato, da Papa Benedetto XVI, *Accademico del Pantheon*. Nel 2010 vince il *I Premio al 61° Premio Michetti*. Nel 2013 Partecipa alla *Biennale Internazionale di Scultura di Racconigi*. Nel 2016 Partecipa alla *XXXVI Biennale di Scultura* a Gubbio; Tra il 2017 e il 2018 per 12 mesi installa delle grandi sculture ambientali nel Parco Archeologico di Pompei, in occasione della mostra *Casciello. Pompei*. I suoi lavori sono stati esposti in Belgio, Croazia, Cina, Francia, Germania, Italia, Kenya, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera e U.S.A.



*Economia e finanza | 1*

# LA SOSTENIBILITÀ IMPRENDITORIALE DELL'INDEBITAMENTO

## FONDAMENTI E CONTESTUALIZZAZIONI



**GIUSEPPE  
FESTA**

**I**l bilancio d'impresa trova fondamento giuridico nel Codice Civile che ne definisce natura, composizione e articolazione. Tuttavia la lettura di tale apparato da un punto di vista esclusivamente civilistico potrebbe impedirne una comprensione rapida e finanche agevole, dato il dettaglio della previsione normativa: per tale motivo i due principali documenti del bilancio d'impresa, ossia stato patrimoniale e conto economico, sono soggetti a riclassificazione.

Per svolgere tale operazione bisogna adottare un criterio di riferimento: per lo stato patrimoniale si adottano i criteri della liquidità decrescente per le Attività e dell'esigibilità decrescente per le Passività. Al termine della riclassificazione, nella colonna di destra per chi legge, essendo lo stato patrimoniale uno schema a sezioni contrapposte, troveremo Debiti a breve termine, Debiti a medio/lungo termine e Capitale netto (o Mezzi propri), che quindi nella loro somma costituiscono un valore pari alle Attività, tant'è che l'equazione patrimoniale di base è per l'appunto Attività - Passività = Netto (e quindi  $A = P + N$ ). Risulta pertanto lampante che i Debiti, nel complessivo funzionamento d'impresa, sono perfettamente legittimi, perché contribuiscono, assieme al Capitale Netto, al volume dei Finanziamenti (Passività in generale) che abilitano un pari volume d'Investimenti (Attività in Generale).

Si potrebbe anche pensare a un finanziamento esclusivamente di Mezzi propri, ma risulterebbe molto impegnativo se non impossibile e in ogni caso non conveniente: infatti, il costo dei Mezzi propri, ossia la remunerazione attesa dall'imprenditore per la temporanea ancorché stabile cessione di capitale all'impresa, è palesemente più elevato del costo dei Debiti, almeno da un punto di vista teorico, perché più rischioso. Al finanziatore

dei miei Debiti pagherò interessi in sede di gestione extra-operativa e specificamente finanziaria, mentre l'eventuale remunerazione dei Mezzi propri interverrà molto più a valle, dopo aver pagato anche le imposte di esercizio, con molta più incertezza. Ricorrere al Debito, inoltre, è operazione ragionevole non solo perché potrebbe essere impossibile ricorrere ai Mezzi propri per quantità, non solo perché il costo del Debito è teoricamente inferiore al costo dei Mezzi propri, ma anche perché più vantaggioso da un punto di vista fiscale: il costo del Debito, dovendo essere dedotto dal reddito operativo, contribuisce a diminuire il reddito imponibile e quindi a risparmiare legittimamente sugli oneri fiscali.

Sembrerebbe quindi che ci siano soltanto vantaggi a 'indebitarsi', ma naturalmente non è così. In primo luogo, da un punto di vista patrimoniale, una maggiore esposizione al Debito metterebbe in allerta finanziatori attuali e potenziali, che potrebbero essere spinti a non concedere ulteriore debito a chi è già molto indebitato oppure a chiedere una remunerazione maggiore per sopportare un rischio maggiore, con notevole se non identico parallelismo a quanto accade sui mercati dei titoli di Stato con gli spread da Paese a Paese. Serve quindi un'equilibrata struttura finanziaria, ossia un'accorta distribuzione dei Finanziamenti tra esposizione al Debito e Patrimonializzazione, con quest'ultima che molto spesso viene invece segnalata come troppo limitata nel tessuto industriale italiano, soprattutto per le PMI (Piccole e Medie Imprese, ossia con un numero di addetti inferiore a 250 per le Medie e inferiore a 50 per le Piccole).

In secondo luogo, da un punto di vista economico, il ricorso al Debito dovrebbe essere praticato soltanto in ragione di una complessiva so-





stenibilità del Debito, soprattutto nei termini del normale funzionamento d'impresa e non soltanto staticamente, ossia la struttura finanziaria di cui sopra, ma anche dinamicamente. Infatti si dovrebbe ricorrere al Debito soltanto se  $ROI - I > 0$  (ROI è il return on investment, ossia il rapporto tra reddito operativo e capitale investito, mentre I è l'interest rate, ossia il costo del Debito in valore percentuale), fattispecie abilitante la praticabilità della 'leva finanziaria'.

Ci si potrebbe spingere anche un po' oltre, considerando in una visione più ampia non soltanto l'I (che è il tasso d'interesse da riconoscere al Debito, ossia al capitale di terzi), ma anche il WACC (weighted average cost of capital, ossia il costo medio ponderato dei capitali, che considera proporzionalmente sia il costo del capitale di terzi al netto dell'imposizione fiscale sia il costo del capitale proprio). La sostanza del ragionamento tuttavia non cambia, nel senso che nella vita normale dell'impresa, anche in momenti particolari come soltanto per esempio l'avvio dell'impresa o la crisi d'impresa, il ricorso al Debito non soltanto non deve essere visto come qualcosa di negativo, ma è persino consigliabile, purché siano verificate le summenzionate condizioni, tra le quali soprattutto la sostenibilità, attuale o potenziale, almeno della quantità  $ROI - I$ .

Il Debito, pertanto, per tutti i ragionamenti finora svolti, non è un qualcosa di sbagliato di per sé, perché se saggiamente contratto a titolo di finanziamento per l'investimento è normale e benefico per il buon funzionamento d'impresa. È necessario invece progettare con attenzione e seguirlo con di-

sciplina, perché talvolta e purtroppo la strada per l'inferno è lastricata di buone intenzioni.

Calandoci infatti nella contemporanea realtà imprenditoriale, che al tempo di questo scritto è stata colpita e rimane ancora minacciata dalla pandemia Covid-19, bisogna urgentemente comprendere la situazione emergenziale dell'economia, non potendosi rappresentare la 'normalità' di cui sopra. È fondamentale intervenire per salvare e rilanciare l'impresa con una visione che è prima di tutto sociale nel senso della salvaguardia della coesione delle comunità e della società, dovendo attivarsi per soccorrere persone e famiglie prima ancora che operatori economici e organizzazioni aziendali.

Con lo sguardo agli effetti economici della pandemia, pertanto, ben vengano occasioni di finanziamento agevolato e agevolatissimo per il successivo sviluppo delle imprese, ma esclusivamente in un mix equilibrato d'interventi, anche a fondo perduto e quindi per certi versi con Mezzi propri dello Stato, che consentano prima di tutto di resistere e successivamente di rinvigorire le forze imprenditoriali del Paese. Soltanto dopo aver salvato l'impresa si potrà e si dovrà ricominciare a ragionare su come sviluppare l'impresa.

*Giuseppe Festa*, Direttore del Corso di Perfezionamento Universitario e Aggiornamento Culturale in *Wine Business*, Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche, Università degli Studi di Salerno.

*Economia e finanza | 2*

## LE STRADE DI USCITA DALLA CRISI PANDEMICA GLOBALE



**ACHILLE FLORA**

**S**econdo la Banca Mondiale la crisi pandemica ha generato effetti negativi sull'intera economia globale. La ripresa di uno sviluppo qualitativo e inclusivo non può essere affidata semplicemente a elargizioni assistenziali. Serve una nuova politica industriale, non basata solo su incentivi e logiche settoriali, né all'illusione che sia sufficiente travasare capitali nelle PMI per vederle crescere e cambiare strategie produttive

Secondo la Banca Mondiale (2020) la crisi pandemica ha generato effetti negativi sull'intera economia globale, tali da determinare il crollo maggiore della ricchezza prodotta dalla Seconda Guerra Mondiale. Due soli dati sono sufficienti ad evidenziarne le dimensioni su scala internazionale: il crollo del PIL e del commercio globale, rispettivamente del 5,2% e del 13%. Previsioni peggiorate dall'Outlook dell'Ocse (2020) che, nell'ipotesi di non ritorno del virus, indicano un crollo del 6% del PIL mondiale e del 7,6% in caso di ritorno.

Effetti dovuti al fermo dei sistemi di trasporto e alle generali misure di lockdown, intraprese su scala globale. Effetti gravi, non facilmente recuperabili per attività, come turismo e viaggi che richiedono contatti personali, in un quadro generale di passaggio dall'integrazione globale alla frammentazione delle aree di scambio (OCSE, 2020). Queste rilevazioni mettono in discussione il ruolo di una globalizzazione senza regole che la precedente crisi finanziaria aveva evidenziato nei rischi globali di una crescita fondata sulla finanza speculativa, con effetti di elevata instabilità economica. La crisi pandemica ha rilevato altri punti di debolezza dei mercati globali, quali la mancanza di regole e strumenti sanitari comuni per

affrontare le pandemie globali, oltre alle rigidità delle forniture nelle Catene Globali del Valore.

Nel quadro dell'economia globale le cose non sono certo migliori per l'Europa e l'Italia. L'OCSE prevede per il PIL eurozona, nelle due ipotesi di superamento o ritorno del virus, -9% e -11,5%. Per l'Italia, nel primo caso il PIL calerebbe dell'11,3%, nel secondo del 14%. I problemi derivano anche dal crollo delle esportazioni, attività fondamentali per un piccolo Paese come il nostro. Sempre secondo l'OCSE, il crollo sarebbe del 12% nel 2020, in caso di non ritorno del virus e del 14,4% nel caso opposto.

I dati sul Pil italiano forniti dall'ISTAT nei primi due trimestri 2020 (rispettivamente -5,4% e -12,4%) confermano tali previsioni e – nonostante il recupero previsto nella restante parte dell'anno – non si riuscirà ad impedire una flessione del 10-11%.

Siamo di fronte ad uno scenario disastroso che colpisce tutti i settori economici con gravi riflessi occupazionali e richiede ingenti risorse per contrastare questa deriva, ma anche progetti mirati a compiere un salto qualitativo. Lo slogan che ha accompagnato il lockdown, "nulla sarà come prima", andrebbe sostanzialmente con interventi di politica economica che accrescano le capacità di cure sanitarie, rimuovano le crescenti disuguaglianze nella distribuzione di redditi e patrimoni, potenzino i servizi pubblici nelle aree marginali, rimettano in moto l'ascensore sociale per promuovere uno sviluppo inclusivo e ridiano un ruolo attivo e centrale all'intervento statale nel fornire beni e servizi di pubblica utilità.

Non basteranno politiche assistenziali per superare le emergenze se poi tutto continuerà come prima. Finché la globalizzazione dei mercati sarà

guidata dalla logica della finanza speculativa e dal mancato rispetto dell'ambiente saremo esposti sempre ad effetti di default locali e nuove pandemie. Così come sarà necessario attivare politiche industriali in un'ottica 'green' per rilanciare uno sviluppo sostenibile fondato su rispetto ambientale e cura del territorio. Non sarà facile, ma se non ora, quando?

Il governo italiano ha affrontato la crisi emanando tre decreti legge per sostenere sistema sanitario, protezione civile e immettere liquidità per

imprese e famiglie attraverso prestiti e garanzie. L'immissione di liquidità ha sollevato molte critiche, sia per le modalità distributive, non selettive, sia per ritardi nella loro distribuzione. Le risorse finora impegnate non sono poche, anche se limitate rispetto al reale fabbisogno. Il problema è che sono prevalentemente a debito e le previsioni sull'aumento del rapporto Debito/PIL, tra il 160 e il 180%, ne minano la sostenibilità.

La Banca Centrale Europea (BCE) è intervenuta, oltre il piano di acquisti di bond sovrani già in





essere ma limitato a 240 miliardi annui, attraverso un nuovo programma, il Pandemic Emergency Purchase Programme (PEPP), con acquisto di bond per 750 miliardi di euro. L'obiettivo era fermare la crescita degli spread e fornire risorse ai Paesi maggiormente colpiti dalla pandemia.

Oggi è diverso, non solo perché teoria e pratica dell'austerità espansiva non sono più proposte ma, al contrario, l'Unione Europea ha messo in campo nuovi strumenti, come il SURE contro disoccupazione e sostegno alla Cassa Integrazione, un piano Bei per investimenti, rilancio del MES, per un totale di 3.000 miliardi di euro. Interventi dovuti alla consapevolezza dell'incapacità della sola politica monetaria di suscitare una ripresa degli investimenti privati, in mancanza di una politica fiscale espansiva, poiché prigioniera di politiche di contenimento della spesa.

La maggiore novità è, infatti, nella nuova strategia d'intervento che, dopo i passaggi nel Parlamento Europeo e Commissione, è stata approvata dal Consiglio Europeo, con un programma basato su emissioni di obbligazioni europee (Recovery Bond) da parte della Commissione UE e basate sul nuovo bilancio europeo, con erogazioni composte di sovvenzioni e prestiti. Tale nuovo piano, il Next Generation EU, prevede l'emissione di obbligazioni per 750 miliardi, da distribuire ai Paesi più colpiti, tra 390 miliardi in sovvenzioni e 360 miliardi in prestiti a lungo periodo. Tali bond avranno un rating tripla A e saranno sostenuti dal raddoppio del bilancio europeo. All'Italia sono attribuiti 209 miliardi, di cui 81 miliardi a fondo perduto e 128 miliardi come prestiti a lunga scadenza. Per superare le resistenze dei paesi "frugali" del Nord, sono stati loro concessi sconti sui contributi al bilancio europeo per 53 miliardi, il che comporterà un aumento del contributo per Italia e Spagna, alleggerendo il sostegno europeo.

L'Unione Europea sembra così avviare una svolta verso un completamento delle sue capacità d'intervento, finora limitate alla politica monetaria e prive di una politica fiscale comune, affidata ai singoli Stati, ma condizionata dai parametri della convergenza, momentaneamente sospesi, che hanno impedito di attuare politiche di stabilizzazione. Il clima politico è certamente cambiato. La scomparsa delle posizioni liberiste, a fronte di una richiesta diffusa di politiche fiscali espansive, segnala un ritorno in auge di posizioni keynesiane (Daniele, Marani, 2020).

Il problema per l'Italia è l'utilizzo di queste risorse, poiché sovvenzioni e prestiti europei sono legati alla presentazione di progetti di cui Germania e Francia hanno già indicato le prime linee guida (sovranità sanitaria, transizione ecologica e digitale, politica industriale). Un compito non facile, data la cronica incapacità italiana di progettazione, evidenziata nelle politiche di coesione europee. Né è pensabile di continuare ad elargire sovvenzioni a pioggia in una sorta di helicopter money. Come ha ammonito M. Draghi, c'è bisogno di debito buono (investimenti) non solo di debito cattivo (assistenzialismo), giustificato nelle prime fasi, ma che non produce quel salto quantitativo e qualitativo necessario per superare la crisi.

L'Italia ha iniziato il suo declino economico negli anni '90, non adeguando la sua struttura produttiva con investimenti in nuove tecnologie e integrazione tra industria e servizi, quando si è dispiegata la globalizzazione, (Giunta, Rossi, 2017) a fronte di una concorrenza più agguerrita nei mercati internazionali. Mancanze che hanno generato un livello di produttività stagnante a partire dagli anni '90.

Il nostro sistema produttivo è composto, in prevalenza, da micro e piccole imprese, specializzate in prodotti tradizionali, in diretta concorrenza con analoghe produzioni delle economie emergenti asiatiche. A fronte di quest'agguerrita concorrenza, le nostre PMI hanno seguito percorsi competitivi diversi. Una parte ha seguito strategie centrate sulla qualità dei prodotti, cooperando tra loro, mettendosi in rete e proiettandosi sui mercati internazionali. La parte residua, particolarmente nel Mezzogiorno, ha invece perseguito una strategia di prezzo, riducendo i costi attraverso il mancato rispetto di normative fiscali e contributive, regolarità e sicurezza del lavoro ed ambiente. Una strategia perdente (Flora, 2015a), da cui nascono fenomeni come quello della Terra dei Fuochi (Flora, 2015b).

Rimane il problema della sostenibilità del crescente debito pubblico per il quale sarebbe auspicabile, ma allo stato attuale non realistica, la cancellazione di una parte consistente del debito. Così come per il ricorso a politiche di monetizzazione del debito, che richiederebbe un'Unione Politica, mentre la UE si basa su un accordo tra Stati, oltre a modifiche dei Trattati per consentire alla BCE di acquistare i bond sovrani diret-

tamente e permanentemente sul primo mercato. Un'alternativa potrebbe essere l'imposizione di una tassa patrimoniale, con gli effetti di ridurre le disuguaglianze e abbattere il debito, ma anche questa strada appare complicata data l'instabilità politica italiana. Resta una sola soluzione percorribile, poiché dipendente unicamente dalle nostre scelte, quella di una crescita qualitativa.

La ripresa di uno sviluppo qualitativo e inclusivo non può essere affidata semplicemente a elargizioni d'incentivi e a logiche settoriali, né all'illusione che sia sufficiente travasare capitali nelle PMI per vederle crescere e cambiare strategie produttive. Abbiamo bisogno di classi dirigenti pubbliche e manageriali che non siano ispirate da logiche di breve periodo, ma che propongano una visione strategica sul futuro del nostro Paese, così come di istituzioni intermedie che adattino le politiche nazionali alle specificità territoriali, assumendo a riferimento i diversi ambiti territoriali e promuovendo un'ampia partecipazione delle comunità locali nella definizione di strategie di sviluppo.

Il futuro dell'economia italiana dipenderà quindi dall'orientamento strategico delle istituzioni, se estrattivo di rendite o inclusivo (Acemoglu, Robinson, 2012), senza lasciare ai margini intere aree territoriali (come il Mezzogiorno) e gli 'invisibili', ovvero i precari del lavoro a termine, i lavoratori irregolari, gli immigrati non regolarizzati, e coloro che si trovano più esposti al contagio a causa dell'affollamento e delle condizioni igieniche precarie in cui vivono. Nuovi 'dannati della terra' senza garanzie e forme assistenziali di protezione che, privi di alternative, vanno ad alimentare economia sommersa e attività illegali.

*Achille Flora*, professore di Economia e politica dello sviluppo nell'Università degli Studi di Napoli L'Orientale. Laureato in Economia, si è specializzato in Economia dello sviluppo nel Centro di specializzazione e ricerche economico-agrarie per il Mezzogiorno, sotto la direzione del prof. A. Graziani, poi professore aggregato e ricercatore nell'Università Vanvitelli.



Economia e finanza | 3

## QUALE È LA MALATTIA E QUALE È LA CURA?



**MASSIMILIANO  
BENCARDINO**

Come è ormai chiaro il Covid-19 non ha colpito solo gli organismi viventi ma colpisce il 'sistema mondo' in tutte le sue declinazioni, facendo emergere le diverse comorbidità delle patologie di cui soffre il sistema. Ma se per il Covid ancora non abbiamo una cura, per le altre patologie le cure sono note, benché queste non siano ancora risolte e il sistema molto più fragile ed esposto. La crisi pandemica riapre grandi e piccole questioni aperte, e interviene nel dibattito su scala globale riguardante i limiti del sistema capitalistico e nella strada per lo sviluppo sostenibile, nel paradigma della Crescita e in quello della Decrescita, nella geopolitica mondiale tra nuovi sovranismi e nuovi equilibri dello scacchiere, fino a micro questioni più quali lo smart working o la sburocratizzazione.

In questo il Covid 19 sembra essere diventato il *redde rationem* di un intero sistema di sviluppo economico, la porta di accesso tra il Vecchio e il Nuovo mondo. Questo ruolo, se per alcuni versi risulta affascinante, per altri sembra eccessivamente enfatico, perché la cura per i mali di cui soffre il sistema è già nota. È importante dunque percorrere una strada già tracciata che metta in discussione il nostro modello di sviluppo, senza cedere alle facili derive delle politiche d'emergenza.

Invece di chiederci quale possa essere la fonte di finanziamento delle necessarie politiche da mettere in atto, dovremmo domandarci quale debba essere la qualità della spesa pubblica in Italia attraverso i finanziamenti. Nel nostro Paese, ad esempio, si palesa una grande lobby industriale che ha fatto pressione per non chiudere le fabbriche, cercando di distrarre i fondi totalmente verso la grande impresa, e utilizzando il Covid-19 per lanciare proposte di deregulation, un 'liberi

tutti per rilanciare l'economia', compiendo a mio avviso un atto di 'immoral suasion'. È quindi necessario che dopo la fase epidemiologica e quella macroeconomica sulle fonti di finanziamento della ripresa torni in campo una fase Politica volta a ridefinire un nuovo patto nazionale. Ad oggi questo ruolo è lasciato al Presidente del Consiglio e alla voce rumorosa di qualche opposizione.

Interventi di 'moral suasion' dovrebbero essere indirizzati verso gli obiettivi già tracciati della Unione Europea verso il Green New Deal, ovvero verso la capacità e la voglia di affrontare le sfide climatiche e ambientali che è il compito principale di nostra e delle future generazioni, creando un nuovo sentimento di condivisione con la Costituzione Europea e riducendo il gap che si è prodotto tra i popoli europei e gli organismi europei. È necessario immaginare un nuovo piano industriale per il Paese, che parta dal Mezzogiorno, dalla cultura, dal consumo di suolo zero, dai modelli sanitari (tra ospedali e sanità del territorio, tra pubblico e privato), dalla cooperazione, dal risanamento idrogeologico del territorio, dall'intervento pubblico o, quanto meno, da un patto pubblico-privato intorno a un progetto di interesse collettivo. In questo senso bisognerebbe davvero cambiare rotta rispetto alla condotta nella spesa dei fondi strutturali.

Invece di avventurarci per strade inutili, quali il 'liberi tutti' alle imprese edili per ricostruire un Paese che, non avendo subito effetti assimilabili a quelli di una guerra, (che, ricordo, non essere stato bombardato!), potrebbe beneficiare di una maggiore giustizia sociale e giustizia fiscale. Si parla, infatti, del grande risparmio privato italiano, che molti pensano che sia solo frutto della capacità delle famiglie di mettere i soldi da parte.



Ma in Italia più che negli altri Paesi ci sono soldi che non risultano come reddito e che finiscono direttamente nei risparmi accumulati che derivano da evasione fiscale, corruzione ed estorsione; ovviamente, questi soldi sono accumulazione di capitale privato esentasse. In particolare, i capitali mafiosi sono facile liquidità oggi per imprese attualmente in difficoltà. Non è dunque il caso oggi di farsi voce più forte nella lotta alle mafie, all'evasione fiscale e alla corruzione?

Supponendo che il Covid-19 non sia venuto invano, possiamo provare a capire come recuperare una giustizia sociale in un Paese dove l'evasione fiscale vale almeno 110 miliardi di euro, il 6,4% del PIL, in cui ben 85 miliardi di euro intestati a italiani sono depositati in paradisi fiscali, e dove l'elusione fiscale di aziende italiane e azionisti che spostano la sede fiscale da un Paese all'altro costa centinaia di milioni di euro. Immaginiamo un nuovo modello di sviluppo del Paese che riparta dai diritti fondamentali sanciti dalla Costituzione del lavoro, dall'istruzione, dalla salute e dalla giustizia sociale. Per questo è fondamentale che la pianificazione (dalla quella fisica a

quella economica, dai piani sanitari ai piani di sviluppo territoriale) viva più forte di prima nella mente e nei cuori dei policy makers contro coloro che, invece, chiedono di metterla in cantina.

*Massimiliano Bencardino* è Professore Associato presso il Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione (PoliCom) dell'Università degli Studi di Salerno e, dal 2017, abilitato alle funzioni di professore universitario di prima fascia. È docente di *Geopolitica*, di *Organizzazione e pianificazione territoriale* e *Laboratorio di Marketing territoriale e sviluppo locale*. Dal 2019 ricopre il ruolo di Presidente del Consiglio Didattico di Scienze politiche. PhD. Laureato in Ingegneria per l'Ambiente e il Territorio presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II è responsabile scientifico dell'Osservatorio per lo Sviluppo Territoriale (OST), dello SPLoD Lab (Laboratory of Spatial Planning and Local Development) e membro del Comitato di programma e revisore per convegni nazionali ed internazionali.



Marketing e Comunicazione | 1

## VERSO UNA PRIMAVERA 2.0 DEI VALORI



GRETA MILIANI

**L'**accezione che generalmente si attribuisce alla parola 'valore' nell'ambito del marketing è quella economico-finanziaria: quanto vale una lead, quanto fatturato produce mensilmente un e-commerce, quanto profitto genera una campagna di advertising sui social network. Benché dal settore del digital marketing, nato allo scopo di 'vendere ancora di più', non ci si aspetti niente di meno, la situazione di emergenza che ha attraversato il nostro paese ha aperto le porte a una riscoperta di valori tradizionali, genuini, forse dimenticati.

Prima del Coronavirus il trend relativo al grado della digitalizzazione ha trovato l'Italia con un voto insufficiente in pagella: il 67% delle PMI non possedeva un sito web e addirittura il 91% dichiarava di non aver mai fatto campagna pubblicitaria su Google. Quello che stupisce è che a un analfabetismo digitale delle aziende corrispondeva una richiesta sempre più insistente da parte dei consumatori di avere a portata di smartphone tutto ciò che desideravano: abbigliamento, cibo, tecnologia, viaggi. Basti pensare che nel 2019 oltre 40 milioni di persone hanno fatto acquisti sugli e-commerce, spinti dalla mancanza di tempo causata dai ritmi frenetici del lavoro e della vita quotidiana. A febbraio 2020 la fotografia dell'Italia era questa: commercianti e piccole imprese che identificavano nei social network e nel digitale la causa di tutti i loro mali; dall'altra i consumatori che non avendo tempo di recarsi alla bottega o temendo di non trovare ciò di cui avevano bisogno, ordinavano online condannando inconsapevolmente la filiera offline. Poi sono arrivati il virus, la paura e la quarantena, che hanno azzerato tutto quello che conoscevamo, hanno stravolto le abitudini e

hanno fatto crollare le certezze. Ci hanno obbligati a una riprogrammazione dell'essere umano.

Nella lingua cinese esiste un vocabolo, *wēijī*, composto dalle parole *wēi*, che significa 'pericolo', e *jī*, che unito al termine *huì* forma *jīhuì*, che significa 'opportunità'. In sole cinque lettere è riassunto un concetto pregnante: di fronte al cambiamento, un evento esterno indipendente da noi, possiamo agire in due modi: o subirlo e viverlo come crisi, oppure abbracciarlo e decidere di trasformarlo in un'opportunità. La scelta non era scontata, ma quello che è successo ha superato di gran lunga le aspettative. Dapprima le aziende hanno finalmente compreso che il digitale non era un nemico, bensì una freccia in più al loro arco, per poter vendere senza dipendere da un punto fisico e arrivare a molti più in clienti, anche fisicamente distanti. L'impossibilità di toccarsi e di vedersi di persona ci ha portati a sperimentare la comunicazione online, le videochiamate con i familiari lontani, il piacere di prendersi una pausa dal resto solo per parlare con i propri cari. I social, anziché dividere, hanno iniziato ad avvicinare.

Il mondo del business, nonostante il virus avesse immobilizzato tutto, ha spinto imprenditori, aziende e anche piccoli commercianti a cambiare marcia, andare più veloci, digitalizzando e automatizzando il più possibile, per non restare indietro e cavalcare l'onda delle opportunità. Le scuole, i teatri, le biblioteche, i musei e i centri culturali chiusi per ragioni di sicurezza hanno invogliato moltissimi ad acquistare libri, kindle, a scaricare pdf ed ebook, a registrarsi a webinar e a comprare corsi online. Così come il business, anche la formazione non poteva fermarsi. Il virus, come un secondo anno zero, ci ha dato l'opportu-

nità di riscoprire i valori che contano più di tutti: il valore dell'ascolto, il valore della cultura e il valore del tempo. Le aziende, non più in balia degli andamenti del mercato, di nuovo lucide sono tornate ad ascoltare attivamente i clienti e i loro bisogni, riscoprendo in certi casi la loro stessa vision, il perché più profondo che li aveva spinti a lanciare il proprio business. I consulenti, lontani dalle distrazioni di tutti i giorni, hanno riscoperto il piacere e la bellezza di ampliare il loro bagaglio di conoscenze per diventare professionisti e uo-

mini migliori. Le persone, di qualunque età e genere, obbligate a dimenticare i ritmi frenetici della vita, hanno riscoperto i piccoli piaceri quotidiani recuperando il tempo, risorsa sempre effimera, scarsa e sfuggente.

In un periodo in cui la velocità è stata cruciale per reinventarsi e non essere sopraffatti dagli eventi, il bello della lentezza ci ha riportati ad amare nuovamente il lavoro, il prossimo, la vita. Il momento cruciale non è superato, ma viene adesso: entrando nella fase 2, quella della convi-



venza col virus, quella della ripartenza, ci troviamo nuovamente davanti a un bivio e non possiamo scegliere di dimenticare, come se tutto fosse stato un sogno. Abbiamo l'imperativo morale di custodire gelosamente i valori che abbiamo riscoperto e far fiorire questa primavera 2.0. Dobbiamo farlo come professionisti ma soprattutto come esseri umani, perché l'umanità è il valore più sacro che abbiamo.

*Greta Miliani*, classe '88, vive a Milano. Dopo gli studi in Comunicazione, Media e Giornalismo, nel 2014 ha iniziato a lavorare nel mondo del digital marketing, principalmente come copywriter e consulente strategica. Da ottobre 2019 collabora con Mirai Bay, un'agenzia di digital marketing e growth hacking specializzata nella crescita di business.



Marketing e Comunicazione | 2

# COMUNICAZIONE D'IMPRESA

## CAMBIAMENTI E STRATEGIE, FRA DISRUPTIVE APPROACH E NUOVI PARADIGMI



ALESSANDRO  
BATTAGLIA  
PARODI

**L**a comunicazione in questi due mesi è cambiata e, inevitabilmente, cambierà ancora. In tempi di Covid-19 siamo arrivati al punto di non sapere che giorno fosse. Rimanere in casa tutta la settimana non permetteva lo svolgimento di quegli appuntamenti fissi che solitamente aiutano a distinguere un giorno dall'altro. Molta della comunicazione ripartita dopo quei lunghi giorni di successiva ai giorni di lockdown è stata condizionata dal senso di precarietà del tempo quotidiano, che era fatto di attesa – una lunga inoperosa attesa. Un tempo senza orizzonti perché senza traguardi, senza mete. L'effetto si è visto in molte pubblicità istituzionali di aziende che erano ormai praticamente indistinguibili l'una dall'altra: lunghe e lente carrellate di città deserte riprese da droni e accompagnate da retoriche rassicuranti, e da frasi consolatorie come 'ce la faremo', 'ne usciremo più forti', 'ripartiremo!', eccetera.

Un fenomeno che non è sfuggito ai marketers di tutto il mondo, che hanno stigmatizzato queste creatività tutte uguali e soprattutto l'atteggiamento passivo e un po' attendista da parte dei brand, giudicati deboli po' mollicci e retorici nella loro comunicazione da pandemia. Bisogna tuttavia sottolineare che tutte le grandi aziende si sono oggettivamente trovate costrette a comunicare, per forza di cose, volenti o nolenti. Perché non si può stare tanto tempo senza comunicare. Il punto Il problema è che non sapevano che cosa comunicare, né come comunicarlo. Così, in tanta incertezza, i 'prodotti' più pubblicizzati sul web e sui social sono stati gli inviti a webinar gratuiti (generalmente inutili e quasi sempre soporiferi) in cui le aziende volevano testimoniare una vicinanza all'utente da parte di consulenti e manager, che però risultavano del tutto inautentici poiché chiaramente interessati. Si

trattava, in poche parole, di goffi tentativi di vendita. Abbiamo assistito ad una sorta di "collasso creativo", come l'ha definito Osvaldo Danzi, noto e stimato esperto di Risorse Umane.

Gli unici che si sono salvati da questa ecatombe creativa sono stati i mass market brand, che hanno reso il tono scherzoso e disincantato un punto di forza, come ad esempio il panino alla cipolla di Burger King, il 'proteggi te stesso e gli altri' di Durex, o il 'Congiunti da sempre' di Nutella Ferrero, che hanno suscitato ilarità grazie alla loro ironia pesante, sul Coronavirus, in linea con la comunicazione grezza e sarcastica e un po' grezza che viaggiava contemporaneamente circolava sui social network. Si trattava di una comunicazione era però piuttosto facile da realizzare, dal momento che la fisicità reale, l'unione dei corpi e il la prospettiva di ritrovarsi a mangiare in un fast food in mezzo agli altri era una promessa implicita, promessa, dunque rimandata ma certa: , solo procrastinata nel tempo. Ma certa. In sostanza, una bella abitudine che non sarebbe cambiata nemmeno dopo la pandemia.

Differente invece è stato il compito di altri brand che si sono ritrovati da una settimana all'altra con negozi e store chiusi senza la certezza di una riapertura. Sto parlando come nel caso del fast fashion e dell'abbigliamento in generale, un settore in cui le abitudini forse sono forse destinate a cambiare drasticamente, almeno per un po'. Durante il lockdown il superfluo è stato percepito da tutti per quello che è: superfluo. Era probabilmente la prima volta che accadeva nella vita di tutti noi, ed è stata un'esperienza condivisa. Tom Ford, famoso stilista e ora regista cinematografico, in una celebre intervista ha dichiarato che "la gente non ha più voglia di acquistare vestiti: la moda dovrà andare in letargo". Ford, che è il presidente della

potentissima Camera della Moda Americana, ha ammesso che la riapertura dei negozi è stata un'esigenza dettata da pressioni politiche, più che una risposta al desiderio di acquisto del pubblico. Ha persino affermato: "Penso che le persone in futuro si abitueranno a non vestirsi più e uscire. Sempre di più, anche durante riunioni di lavoro, ci sono su Zoom donne che hanno rinunciato al make-up, stanno bene e iniziano ad essere a proprio agio così". Ford ha raccomandato fortemente agli stilisti di non concentrarsi su più di due collezioni l'anno – suggerimento accolto, in tutt'altro settore, da Coca Cola, la quale ha interrotto la comunicazione istituzionale in Italia per tutti i suoi marchi.

Nel mondo della comunicazione il paradigma o diktat che si sta creando e consolidando è quello di rallentare, cambiare passo, abbandonare strategie tradizionali e mettersi in ascolto del pubblico. In questo senso il ruolo delle agenzie creative è diventato strategico come mai prima era stato. Le domande dei brand sono le stesse di tutti noi: cosa succederà dopo? I brand hanno bisogno di prevedere come cambierà il comportamento dei consumatori dopo il Covid-19. Riusciremo a far tornare le persone nei nostri store/negozi/ristoranti/pub? Cosa li aiuterà a sentirsi al sicuro? Come potremo essere sicuri che compreranno i nostri prodotti/servizi? E poi: il modo in cui comunichiamo con i clienti deve cambiare? E come? Una cosa è certa: le agenzie di comunicazione si stanno allineando, attualmente, su campagne dallo stampo etico-sociale.

I consumatori (noi) si stanno creando una nuova normalità: ma è un nuovo oggi che continua a spostarsi. L'emozione dominante è l'ansia. La gente vuole, molto più di un tempo, mantenere il controllo sulla propria vita, partendo anche dai consumi. Le persone si sono chiuse a riccio, cercando hanno cercato rifugio nei valori più solidi e tradizionali e nelle cose essenziali: Così quelle che prima erano priorità di spesa e di godimento, sono passate non in secondo piano, ma in un

terzo o quarto piano. C'è stata una riclassificazione del sistema di valori. Il sistema dei valori è stato riclassificato, il superfluo è stato cacciato in fondo, quasi sia un orpello, e sicuramente ci si pensa di più di prima. È difficile fare una fotografia dell'oggi finché non si ha ben chiaro che cosa accadrà domani, e tutti sappiamo in cuor nostro che, finché non ci sarà un vaccino, non si potrà tornare a ciò che era prima, all'ex ante. Occorre quindi mettersi in ascolto dei segnali deboli che arrivano dai mercati, dai consumatori, e per questo occorre fare ricerca costantemente, e impegnarsi in un'attività di ricerca costante.

Molti sondaggi stanno mettendo in luce come il 'new normal' degli italiani sarà caratterizzato da nuove forme di economia, fatte non di rinunce ma di una maggior attenzione alle voci di spesa, spesso accompagnate da una forte sensibilità verso la tematica ambientale. Un'ipotesi verosimile, certamente, ma c'è un problema in queste surveys, che per quanto fresche e recenti risultano possano essere i sondaggi, sono sempre un po' vecchie nel momento in cui vengono pubblicate a causa dell'enorme variabilità dello scenario attuale e della discontinua sensibilità generale rispetto al tema del contagio. Quel che resta alle agenzie e a chi si occupa di comunicazione è dunque l'antico mestiere dell'ascolto, non è più basato su semplici numeri e categorie meccaniche e immutabili, ma è sempre più un lavoro minuzioso e artigianale, fatto di strettissimo contatto con il pubblico e con una realtà che cambia spesso ed è diventata piuttosto imprevedibile.

*Alessandro Battaglia Parodi* ha una lunga esperienza giornalistica nel mondo della comunicazione d'impresa, del marketing, del retail e dell'agrifood. Laurea in Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni, è da sempre attratto dagli studi socio-economici e dalle indagini di mercato.



*Fisco e diritto* | 1

# INTANGIBLE ASSETS

## ELEMENTI STRATEGICI PER UN MODERNO VANTAGGIO COMPETITIVO



**PAOLA  
GIORDANO**

**G**li investimenti nella Ricerca e Sviluppo (R&S) contribuiscono in misura significativa agli incrementi in termini di produttività. Per questo motivo, i settori vincenti oggi sono quelli che riescono ad avere la capacità, anche finanziaria, di investire in ricerca e sviluppo e di proporre sul mercato soluzioni innovative. Agire diversamente significa rischiare di rimanere schiacciati dai costi, da margini di guadagno risicati e dalla concorrenza di altri paesi. I motori fondamentali che contribuiscono maggiormente alla produttività, ovvero maggiori investimenti in ricerca e sviluppo, possono incrementare sensibilmente la crescita della produttività, soprattutto se gli elementi del triangolo della conoscenza – R&S, innovazione, istruzione/formazione – sono ben integrati, anche per quanto riguarda la disponibilità di personale scientifico.

I fattori determinati per stimolare la produttività delle imprese sono riconducibili a investimenti nelle ICT (Information and Communication Technolo-

gies), le quali generano rendimenti elevati in termini di guadagni di produttività se accompagnati da cambiamenti organizzativi adeguati e da investimenti nelle competenze. Tra gli altri fattori determinanti per la produttività figurano sicuramente: stimolare l'imprenditorialità agevolando l'avvio di imprese, migliorare le condizioni per le piccole e medie imprese (PMI), rafforzare le migliori pratiche in campo normativo e ridurre la burocrazia. Rivolgendo lo sguardo al futuro è importante prendere in esame il ruolo che le tecnologie nuove ed emergenti potrebbero svolgere nel rilanciare l'economia.

Nonostante non sia chiaro in quale misura le tecnologie emergenti (sistemi elettromeccanici, materiali avanzati, bio e nanotecnologie) possano realizzare le potenzialità loro attribuite, ma deve essere chiaro che si tratta senza dubbio di potenzialità significative in grado di contribuire in modo determinante alla crescita della produttività e all'innovazione nei prossimi decenni. È tuttavia probabile che la gestione della conoscenza diventi più importante e che i modelli imprenditoriali di successo nel futuro saranno in grado di ottenere migliori risultati in questo ambito. È dimostrato che investire in ricerca e sviluppo rappresenta un fattore fondamentale per l'innovazione e la crescita, sia per i governi sia per le singole imprese. I governi di tutto il mondo, infatti, utilizzano una varietà di strumenti diversi per stimolare la ricerca e lo sviluppo: da un lato per rendere più efficiente il business nel proprio Paese, dall'altro per attirare sia investimenti diretti dall'estero sia talenti internazionali laddove scarseggino competenze specialistiche. A questo proposito, negli ultimi anni si è assistito a un aumento dell'attività governativa in molte regioni, e i relativi benefici non hanno tardato a manifestarsi.





Un esempio calzante e tutto italiano è rappresentato dalle Piccole e Medie Imprese (PMI) Innovative, una particolare tipologia di impresa tipica del nostro tessuto imprenditoriale con una spiccata vocazione all'innovazione e alla ricerca. Ufficialmente riconosciute e regolamentate dal governo italiano, tra i requisiti per ottenere lo status di PMI Innovativa compare l'investimento in attività di R&S. In termini di incentivi, il governo italiano permette a queste imprese di beneficiare di diverse agevolazioni tra cui Credito d'imposta per Ricerca e Sviluppo, e molti altri specifici incentivi fiscali ad esse strettamente riservati. Per la maggior parte, gli sgravi fiscali sugli investimenti in R&S si rivolgono a quegli investimenti richiesti dal mercato, e non dai politici. Ogni Paese ha una concezione diversa circa quali siano gli investimenti in R&S idonei all'ottenimento di sgravi fiscali e il proprio approccio ma, in generale, gli sgravi fiscali sono meno prescrittivi rispetto alle sovvenzioni. Il Regno Unito, ad esempio, ha aumentato in modo consistente il proprio supporto alla ricerca e sviluppo nel 2013, quando il governo ha introdotto uno schema di crediti fiscali rimborsabili per le imprese di grandi dimensioni, mentre fino a quel momento era disponibile solo per le piccole imprese.

Poiché le imprese non possono avere la certezza che un beneficio sia disponibile da un anno all'altro, la certezza nel sistema è importante tanto quanto il beneficio in sé. In questo momento, almeno, possono tenere il credito fiscale R&S in considerazione all'interno delle proprie previsioni future. Da una parte, il credito fiscale R&S negli Stati Uniti è stato reso permanente solo nel 2015, ben 35 anni dopo la sua creazione. Dall'altra parte, in Australia è in corso un dibattito sull'inasprimento del regime fissando un importo massimo di credito fiscale che le imprese possono ottenere. C'è poi quella categoria di imprese che hanno meno familiarità con i temi R&S e sono meno sicure dell'interpretazione del legislatore circa quali investimenti siano idonei a beneficiare degli incentivi.

In Sudafrica, ad esempio, il governo ha introdotto un incentivo fiscale per gli investimenti in R&S che, secondo il Dipartimento di scienza e tecnologia ha supportato circa 49 miliardi della spesa in R&S dal 2006, un importo modesto se confrontato con il PIL del Paese nello stesso periodo.

Spesso definiti come Patent Box o Innovation Box, gli incentivi fiscali basati sul reddito prevedono una detrazione sui redditi generati da R&S, come il

reddito dalla concessione di licenze o dalla cessione di beni attribuibili a R&S e brevetti. I regimi Patent Box sono relativamente diffusi e la maggior parte è stata implementata negli ultimi vent'anni.

Tuttavia, i Paesi OCSE hanno concordato il cosiddetto Modified Nexus Approach per i regimi di tassazione delle proprietà intellettuali come parte dell'Action Plan Base Erosion and Profit Shifting (BEPS): un accordo che richiede ai regimi di dimostrare una chiara correlazione tra le spese R&S, la proprietà intellettuale e il reddito da proprietà intellettuale in quella specifica giurisdizione. Di conseguenza, i Paesi che prima non erano allineati hanno interrotto oppure modificato i propri regimi Patent box negli ultimi anni. La Svizzera è tra i Paesi che più recentemente hanno introdotto un nuovo Patent box, che sarà efficace nel 2020, il quale prevede una riduzione della base imponibile massima del 90% sul reddito derivante da brevetti e diritti simili sviluppati in Svizzera.

Ma non tutte le imprese sono consapevoli dei propri diritti. Nei Paesi Bassi, per esempio, è in atto un ampio regime Innovation Box secondo cui i beni idonei all'ottenimento del beneficio includono brevetti, software e beni meno innovativi o ovvi applicati alle imprese più piccole.

Secondo l'OCSE ci sono meno prove a testimonianza dell'efficienza del Patent Box nel promuovere ulteriori attività R&S. Questi incentivi basati sul reddito garantiscono risparmi conseguenti agli sgravi fiscali sui redditi da attività R&S e alle sovvenzioni per gli investimenti R&S, incoraggiando le imprese a detenere e sfruttare la proprietà intellettuale sviluppata nella giurisdizione che ha investito nelle attività R&S, sebbene non sia chiaro se e quanto questi incentivi stimolino direttamente a investire ulteriormente nelle attività R&S.

A conclusione, come molti studi di settore stanno dimostrando, l'innovazione e la ricerca sono la chiave per trasformare la complessità del panorama economico globale in un'opportunità di crescita e sviluppo.

*Paola Giordano*, Dottore Commercialista ed Esperta Contabile, è Responsabile sia dell'Area di Assistenza Tecnica sia del team Incentivi Automatici della SEF. Appassionata di enogastronomia, partecipa attivamente all'Associazione Italiana sommelier dal 2012.

*Fisco e diritto* | 2

# INCONSCIO, PSICOPROGRAMMA DIGITALE E SFRUTTAMENTO DEL DATO

## QUALE TUTELA DOPO L'EMERGENZA?



**ALESSANDRO  
BIAMONTE**

**L**o sviluppo pervasivo e pan-digitale dei dati rappresenta, sin dalla sua sedimentazione originaria, un fenomeno progressivo e inesorabile che impone l'esigenza di nuovi metodi di prevenzione e tutela: ogni giorno, e nelle azioni più inconsapevoli, finiamo con l'autospogliarci di ogni filtro, consegnando le nostre vite nelle mani di recettori dei quali non sappiamo nulla che analizzano, tracciano e profilano sino a delineare uno psicoprogramma individuale o collettivo dell'inconscio. Si immettono volontariamente – in modo diretto o indiretto – informazioni personali senza conoscere, spesso, chi le raccolga o le acquisisca nella catena finale finendo con il detenerle in modo pressoché definitivo e incontrollato. Ed è proprio l'incertezza sul controllo (e sui possibili rimedi o tutele esperibili) a minare gravemente la libertà. Dati, profilazioni e tracciamenti finiscono con il diventare parte di un sistema di classificazione di conoscenze di dominio capaci di intervenire nella psiche e condizionarla ad un livello pre-riflettente.

Le ambiguità sulla detenzione costituiscono il punto debole della catena. È incontrovertibile che l'analisi categorizzata dei Big Data secondo sistemi di intelligenza artificiale risponda a un sistema di lettura inconscia dei desideri e, se si considera il sistema ormai evoluto dei sistemi di acquisizione individualizzata (con correlata archiviazione delle preferenze di ciascun soggetto, non importa se i dati siano resi anonimi), si perviene a un sistema di lettura della psiche più veloce della volontà libera. Le emozioni sono regolate dal sistema limbico, che è anche la sede degli impulsi, e il loro sfruttamento per mezzo della archiviazione intelligente delle preferenze di ciascuno consente di accedere al loro controllo secondo un livello pre-riflettente, per il quale un sistema evoluto (se-

condo schemi algoritmici) è in grado di conoscere anticipatamente e in modo esplicito sia l'azione corporea istintiva sia l'effetto psichico.

Per dirla con Byung-Chul Han, è l'accelerazione della comunicazione a favorire la sua emozionalizzazione, dal momento che la razionalità è più lenta dell'emotività. La razionalità è, in un certo senso, senza velocità: per questo l'impulso acceleratore conduce alla dittatura dell'emozione. Il complesso dei dati classificati e archiviati ha una certa prossimità con l'Es freudiano che si sottrae all'io cosciente, finendo con il dare accesso al nostro inconscio. Si consideri che il quantified self, cioè la misurazione in termini quantitativi (e qualitativi) della vita di ciascuno è una realtà, al pari del self tracking: il paradosso è che le aziende che detengono le informazioni conoscono di noi e della nostra psiche ben più di qualsiasi servizio informativo nazionale e sono in grado di prevedere (più di noi stessi) ogni nostra scelta con sempre maggiore dettaglio. È l'autodenudamento a dare il senso di tutto: il passaggio volontario del dato nello schema a prospettico di un moderno panottico digitale di ispirazione benthamiana fornisce (e archivia in modo definitivo) la categorizzazione intelligente di ciascuna persona. Oggi nessuno si sente sorvegliato, o minacciato in modo esplicito, ed è questo stato a costituire l'essenza del problema da affrontare con efficaci strumenti giuridici.

Non è dunque un mistero che la detenzione delle informazioni abbia sempre più una rilevanza strategica, in quanto non solo non può essere sottratta a tutela, ma non può essere destinata a un (comodo) limbo normativo. Già la Corte Costituzionale tedesca, con la storica sentenza del 15.12.1983, una profetica riflessione sul tema dell'elaborazione elettronica delle informazioni e della loro conser-

vazione, ha rigettato il sensitivity grading dei dati: la teoria secondo cui le informazioni personali sono suscettibili di differente disciplina e hanno un diverso grado di pericolosità in rapporto ai profili della personalità cui si riferiscono, cosicché, una volta classificate, la relativa regolamentazione andrà adeguata alla loro categorizzazione contenutistica. La conclusione è stata che “non c’è più nelle condizioni della moderna elaborazione dei dati alcun dato senza importanza” e, quanto più esso riguardi ‘eventi intimi’ assume rilievo la “conoscenza del suo contesto di utilizzo”. Pertanto, è illegittima una elaborazione “senza adeguato fondamento legislativo”, e solamente “quando vi sia chiarezza” sugli scopi di utilizzo e sulle possibilità di connessione è possibile rispondere alla domanda circa l’ammissibilità di una limitazione. Si tratta di un passo in avanti rispetto alla teorizzazione del principio (Sphärentheorie) secondo cui l’intensità della tutela giuridica debba essere inversamente proporzionale alla socialità del comportamento: “è incompatibile con il diritto all’autodeterminazione informativa un ordinamento... nel quale i cittadini non possano più sapere chi sa cosa sul loro conto, quando e in quale circostanza è venuto a saperlo”.

Queste riflessioni meritano un’adeguata analisi retrospettiva riferita alle modalità tecniche di funzionamento del contact tracing nelle app progettate per la prevenzione e il contenimento dell’emergenza Covid-19, tra cui, per l’Italia, l’ormai famigerata Immuni. E non ci riferiamo né ai dubbi sollevati sulla legittimità dell’introduzione (considerato che, nel bilanciamento dei valori costituzionali, la tutela prioritaria imposta dall’art. 32 della Carta si coordina con la situazione di straordinaria necessità imposta dalla natura eccezionale della condizione), né alla tutela esplicita del dato considerato e trattato in sé. Del resto, come assicurato in sede di presentazione, l’app funziona garantendo l’anonimato del volontario utilizzatore, non senza considerare che già gli articoli 6 e 9 del GDPR 679/2016 riconoscono agli Stati membri margini di discrezionalità nell’applicazione della normativa per motivi legati a misure nazionali eccezionali e l’articolo 9, par. 2 lett. i) contempla la derogabilità alla regola del generale divieto di trattamento dei dati quando “il trattamento è necessario per motivi di interesse pubblico nel settore della sanità pubblica, quali la protezione da gravi minacce per la salute a carattere transfrontaliero sulla base del diritto dell’Unione o degli Stati membri”; deroga ulteriormente

ribadita dall’articolo 14 del D.L. 9 marzo 2020 n. 28 per tutta la durata dell’emergenza.

I dubbi da dissipare investono profili che meriterebbero un approfondimento tecnico. Sebbene l’app Immuni non richieda l’accesso alla posizione dell’utente e funzioni solamente con il Bluetooth attivo senza GPS, le sue operazioni si basano sulle Android Exposure Notification API, parte dei Google Play Services, già in passato ritenuti responsabili della trasmissione alle applicazioni autoriz-



zate dell’accesso alla posizione dell’utente. L’app Immuni supporta quale versione minima Android 6.0, versione a partire dalla quale la scansione dei dispositivi Bluetooth situati nelle vicinanze impone di ottenere dall’utente l’autorizzazione all’accesso della localizzazione e l’attivazione sullo smartphone dei servizi di localizzazione.

La scelta di optare per il Bluetooth in luogo del GPS sembrerebbe ancora più dannosa per la privacy, in quanto aprirebbe delle brecce inconsapevoli a favore dei detentori dei sistemi operativi. Infatti Google non necessita dell’attivazione hardware del GPS per avere la localizzazione dello smartphone,



perché può avvalersi dei Beacon Bluetooth, sensori che interagiscono con i sistemi operativi degli smartphone, posizionati nelle città e, in particolare, nei negozi e in tutti i dispositivi che appartengono al mondo dell'IoT. Quindi Google stesso potrebbe, paradossalmente, associare le notifiche di esposizione da Covid-19 con la posizione degli utenti che useranno Immuni sugli smartphone Android, in quanto esiste anche la possibilità che Google si colleghi ai server dell'app (come farebbe Immuni



stessa) per scaricare la lista delle TEK (Temporary Exposure Keys). Il Beacon, indipendentemente dal GPS, produce una georeferenziazione millimetrica inviando dati sulla posizione, sui negozi visitati, sulle persone incontrate e associandola all'ID del telefono. Già dal 2010 i Beacon sono stati al centro di precedenti legati all'archiviazione spontanea dei dati delle reti Wi-Fi incontrate sul loro percorso dalle Google Street View Cars, come anche emerso nell'ambito di una indagine conoscitiva della Data Protection Authority tedesca.

Immuni è, in realtà, un'applicazione reference delle API di Apple e Google, che consentono le no-

tifiche di esposizione al Covid-19 secondo una grafica personalizzata del protocollo delle due Big Tech. Potenzialmente, anche a emergenza terminata, queste potrebbero cedere non già gli identificativi degli smartphone, ma i 'contatti', ossia il 'contatto' di pochi minuti con i luoghi e con i prodotti commerciali (per ragioni di proximity marketing) eventualmente anche con il consenso non pienamente consapevole dell'utente; questi dati potrebbero essere acquisiti da aziende di targeting pubblicitario che collochino Beacon nei negozi. A quel punto la generazione casuale degli identificativi numerici, peraltro generati da Ios e Android (non certo da Immuni) e dunque in possesso di Apple e Google diventa del tutto superflua rispetto al valore commerciale intrinseco del dato, indipendentemente dall'individuazione dell'utente. Ad aggravare la situazione di incertezza interviene anche l'assoluta inconsapevolezza circa le modalità di processo del dato, non essendo open source i dati dei Google Play Services.

È su questo fronte che appare utile riflettere e cominciare a conoscere le contromisure che sono state prese. La tutela dei dati, e soprattutto il loro utilizzo consapevole, si correla sempre più alla nozione di sovranità telematica, la quale richiede un adeguato grado di coscienza e di regolazione condivisa, capace di temperare la a-geografica della rete con una riconducibilità a degli ordinamenti giuridici che garantiscano effettività nella tutela dei diritti e degli interessi coinvolti. Il punto di rottura, infatti, non è correlato al signal intelligence in termini di attività strategica e di prevenzione, quanto alla detenzione impropria di quei dati da parte di terzi per effetto delle distorsioni indotte lungo la catena di distribuzione degli stessi, ragione per cui ben può condividersi il tentativo volto, anche in sede normativa, a ridurre la superficie potenziale di attacco e concentrare la frammentazione delle informazioni.

*Alessandro Biamonte*, avvocato cassazionista, ha maturato un'esperienza ventennale nel campo del diritto amministrativo, dell'area giuspubblicistica e della tutela dei diritti fondamentali. Consulente di Pubbliche amministrazioni, imprese e privati in materia, è docente di diritto amministrativo presso l'Università Federico II di Napoli - Scuola di Specializzazione Professioni Legali. Ha insegnato presso l'Università Europea, nonché presso l'Università Marconi di Roma.

*Fisco e diritto* | 3

# IL FENOMENO CRESCENTE DELLE CERTIFICAZIONI PRIVATE

## PROSPETTIVE DI NUOVA CERTEZZA



**MARIA ACETO**

**L**e politiche di tutela della concorrenza hanno rivestito nel corso del tempo un ruolo sempre più significativo tra le politiche dell'Unione Europea, e ciò è ampiamente riscontrabile nel sistema delle certificazioni di qualità. Posto che tale sistema costituisce essenzialmente un atto dell'azienda rivolto verso l'esterno, ovvero verso il mercato dei clienti, va sottolineato che esso, in questi ultimi anni, ha ottenuto un grande riconoscimento sul mercato consentendo alle imprese che se ne avvalgono di possedere un valore aggiunto nei confronti della concorrenza.

Se attualmente viviamo in un contesto economico basato su una distribuzione di merci e servizi sempre più efficiente, competitiva e soprattutto tesa a una migliore qualità, lo dobbiamo senza dubbio a un'attenta politica comunitaria della concorrenza, il cui scopo precipuo risiede nel proteggere e sviluppare all'interno del mercato comune una concorrenza effettiva, intesa quale sinonimo di benessere per il consumatore. Un fattore trainante della produttività e della competitività.

In sostanza, grazie all'intervento del Legislatore comunitario, sono stati istituiti all'interno delle amministrazioni appositi organismi di garanzia, indipendenti dal potere politico e dotati di poteri di regolazione e controllo, comunemente definiti autorità amministrative indipendenti: un vero e proprio presidio per utenti e consumatori. Dal momento che il rilascio delle certificazioni costituisce il requisito necessario e obbligatorio per l'esercizio dell'attività d'impresa, s'impone un certo grado di uniformità a livello nazionale, relativamente agli adempimenti richiesti ai cittadini e alle imprese per l'esercizio di una data attività, al fine di garantire in tutto il territorio nazionale l'efficienza del mercato e la concorrenzialità delle imprese. Il Sistema Italiano di Certi-

ficazione nasce proprio per garantire il consumatore da possibili abusi mirando, cioè, alla creazione di un mercato contendibile, in cui l'ingresso di un possibile concorrente induca imprese ed individui a comportarsi in modo competitivo, affiancandosi al più vasto sistema adottato dall'Unione Europea e cercando di integrarsi ed armonizzarsi a quest'ultimo.

Per merito delle politiche comunitarie di liberalizzazione del mercato interno, con specifico riferimento al settore dei servizi pubblici, è venuto a determinarsi non soltanto l'assoggettamento a discipline in favore della concorrenza, ma anche l'introduzione di nuove regolamentazioni con la finalità di assicurare un corretto funzionamento del mercato e di tutela della concorrenza.

Le ragioni delle profonde trasformazioni socio-economiche cui stiamo assistendo negli ultimi decenni e che hanno posto non pochi interrogativi agli operatori del diritto sono, senza dubbio, da ricercare nel processo di globalizzazione dei mercati, al cui impatto è peraltro ascrivibile lo scardinamento delle tradizionali teorie sulla 'certezza' quale riflesso del potere sovrano in grado di condizionare, strutturare e conformare in vario modo le diverse manifestazioni dell'agire umano.

Tuttavia si rende necessaria una preliminare indagine afferente il percorso evolutivo del potere pubblico in relazione agli atti di certezza. Sin dai tempi più antichi, infatti, l'esigenza di fornire sistemi di misurazione certi e al contempo unitari, nel fondamentale settore della circolazione dei beni, ha rappresentato il motivo per il quale le funzioni di disciplina dell'attività certificatoria si sono concentrate, ancor prima della formazione degli Stati, nella mani dei pubblici poteri.

Invero fin dalle primordiali forme comunitarie l'esigenza di sicurezza, intesa quale attività sottrat-

ta all'autonomia dei privati e preordinata ad attestare l'esistenza di fatti che interessavano la collettività nel suo complesso, ha rappresentato fin dalle primordiali forme comunitarie la funzione principale svolta dai detentori del potere, i quali, seppur con modalità e forme apparentemente distanti tra loro, si sono preoccupati di immerterla nelle realtà giuridiche di appartenenza. Pertanto gli ordinamenti generali positivi si sono riservati in primis la disciplina di beni o situazioni economicamente rilevanti, volta a garantire la tutela degli individui e il regolare svolgimento dei rapporti sociali mediante provvedimenti o attività materiali cui, in senso oggettivo, era attribuito un livello di certezza che si traduceva nella prevedibilità delle conseguenze, nella stabilità dei rapporti e nella risoluzione dei conflitti. In buona sostanza Attraverso gli atti di certezza si tentava di apportare un vantaggio soprattutto economico ai consociati, che consisteva nel considerare come presupposte determinate conoscenze riguardanti la quotidianità, e che altrimenti si sarebbero dovute accertare di volta in volta, come ad esempio: la misurazione dello spazio, del tempo, dei pesi, il valore delle monete o delle qualità personali. Sebbene, infatti, attualmente alcune delle succitate attività metrologiche siano attualmente date per scontate, nei secoli scorsi esse costituirono un'enorme conquista, in quanto imprescindibili per la quasi totalità dei rapporti commerciali.

Da quanto appena esposto emerge come le condizioni di certezza nei rapporti giuridici abbiano da

sempre rappresentato un prius irrinunciabile degli scambi e delle relazioni mercantili e tale circostanza è ampiamente confermata dal fatto che qualsiasi evento, ordinabile o numerabile, è stato nel tempo misurato. Si pensi ad esempio all'ufficializzazione degli alfabeti, all'introduzione dei calendari, all'adozione di segnali di riconoscibilità, alla standardizzazione di pesi e misure, all'istituzione dei pubblici registri e dei marchi, alla toponomastica ecc.

Nel sistema delle certezze private assumono grande rilevanza i cosiddetti organismi di certificazione, cui è affidato il compito di verificare la corrispondenza agli standards qualitativi di riferimento di un prodotto o di un sistema di gestione aziendale, garantendo, in tal modo, la conformità del prodotto o del servizio ai requisiti stabiliti dalle regole tecniche internazionalmente riconosciute. Si osservi infatti che senza tale meccanismo di rivalità e al contempo di tutela dei mercati le imprese in regime di monopolio o quelle che si spartiscono il mercato oligopolistico sarebbero i maggiori beneficiari della riduzione dei costi di transazione o dell'aumento dell'efficienza allocativa che l'unione economica e monetaria consente, laddove i consumatori non potrebbero godere di alcuna garanzia.

In Italia tale fenomeno ha trovato la sua consolidazione solo agli inizi degli anni Novanta del secolo appena trascorso, interessando profondamente i servizi di pubblica utilità nonché altri settori fondamentali per la competitività delle imprese europee, tra cui possiamo annoverare le





banche, le assicurazioni, i servizi professionali, la distribuzione commerciale e il settore farmaceutico, consentendo ai diversi operatori di intervenire laddove prima esisteva un regime di evidente monopolio, prescindendo, peraltro, dalla natura pubblica o privata dello stesso.

Pertanto l'avvento della liberalizzazione l'offerta di un servizio pubblico non è più assoggettata a una concessione in esclusiva, ovvero nei confronti di un'unica impresa, ma al contrario è consentito il rilascio di singole licenze o autorizzazioni recanti le condizioni di esercizio di una determinata attività e rivolte agli operatori che ne facciano espressa richiesta. In particolare ciò che è argomento di attualità è l'aumento delle aziende che, per aumentare la proprie chance di commercializzazione dei propri prodotti sui mercati mondiali, hanno come punto di forza l'ecosostenibilità intraprendendo percorsi di innovazione e certificazione del prodotto aventi per tema la sostenibilità ambientale.

Tuttavia i costi per la ricerca, lo sviluppo, la consulenza per i test di laboratorio etc.. possono arrivare anche a decine di migliaia di euro. Proprio per questo motivo e per sostenere tali progetti il Legislatore Comunitario e Nazionale ha posto degli strumenti a disposizione degli imprenditori. Lo strumento principale per le PMI atto a garantire la copertura di questi costi è quello rappresentato dalla finanza agevolata, il cui accesso richiede l'intervento di competenze specialistiche ed affidabili, che non è facile trovare sul mercato. Nel

nostro ordinamento giuridico non abbiamo una definizione tipizzata di finanza agevolata, però è uno dei mezzi più efficienti che il Legislatore mette a disposizione nei confronti delle imprese, al fine di incentivare lo sviluppo economico e rafforzare il tessuto imprenditoriale. In termini economici tali incentivi si traducono in una riduzione dell'onere finanziario dell'impresa, sia attraverso riduzioni dei saggi di interesse, sia attraverso la corresponsione di contributi diretti alla riduzione del costo di determinati investimenti, sia attraverso la concessione di altri benefici (garanzie, preammortamenti, tempi di rimborso, ecc).

La Finanza Agevolata è quindi una specializzazione della più ampia disciplina della Finanza Aziendale, volta ad individuare e reperire risorse finanziarie facendo ricorso agli strumenti legislativi di incentivazione alle attività economiche. Le PMI fanno ricorso agli strumenti forniti dall'organo di indirizzo politico per poter sostenere le spese di ricerca ed innovazione e con la nostra odierna trattazione ammettiamo l'esistenza di un collegamento tra la Finanza agevolata e gli Enti di Certificazione perché entrambi strumenti forniti dal Legislatore Comunitario e Nazionale che cerca di risolvere uno dei più grandi problemi della società civile: la Burocrazia. Non sono pochi gli studi che cercano di determinare l'efficienza della P.A. e limitare i danni cagionati da essa. Il compito è stato generalmente affrontato da studiosi di economia e scienze dell'amministrazione, dando vita a un'analisi che si basa sull'ottica della produttività, secondo cui l'efficienza rimane indistinta da questa o probabilmente viene considerata come parte di essa.

L'Ente Certificatore esercita la propria attività e le rispettive funzioni di garanzia con assoluta indipendenza e terzietà, poiché queste possono estendersi a settori quali la certificazione dei sistemi di gestione per la qualità, di gestione ambientale e alla certificazione dei prodotti. All'interno del sistema economico di oggi, volto a sostenere le PMI, gli istituti di finanza agevolata rappresentano dunque il più importante mezzo di crescita, di monetizzazione e soprattutto di sviluppo dei mercati.

*Maria Aceto*, avvocato del foro di Benevento, specializzata in diritto del lavoro e amministrativo. Collabora da un anno con Sef curando la parte giuridica dei rapporti con i clienti.





*Finanza agevolata | 1*

# IL RAFFORZAMENTO PATRIMONIALE PER LE IMPRESE

## LUCI ED OMBRE



**MICHELE GARGIULO**

**D**opo il via libera di Bruxelles e la pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale del 24 agosto del D.M. 10 agosto 2020 del MEF, contenente i criteri e le modalità di applicazione e di fruizione dei crediti d'imposta di cui ai commi 4 e 8 dell'art. 26 del decreto Rilancio (D.L. n. 34/2020), diventano operative le misure per il sostegno alla patrimonializzazione delle piccole e medie imprese in difficoltà. Il decreto, in attuazione alla recente normativa d'emergenza post Covid-19, e in particolare del Decreto Rilancio, fornisce criteri e modalità di applicazione e di fruizione dei crediti d'imposta di cui all'art. 26 DL n. 34/2020, convertito con modificazioni in legge n. 77/2020.

Ebbene, se da un lato la misura riveste un sicuro interesse in quanto tesa a salvaguardare il patrimonio delle aziende italiane, storicamente poco capitalizzate, dall'altro non può sottrarsi della ulteriore mancata occasione per procedere ad uno snellimento di quella burocrazia e farraginosità che contraddistinguono la più gran parte della produzione normativa del paese, rendendo in alcuni casi di difficile applicazione la norma stessa.

Ma andiamo con ordine, rappresentando preliminarmente il contenuto delle misure agevolative, e concludendo con una riflessione sulle criticità.

### **I crediti di imposta per le conferitarie (comma 8 dell'art. 26 DL 34/2020)**

Alle società per azioni, società in accomandita per azioni, società a responsabilità limitata, anche semplificata, società cooperative, società europee e società cooperative europee aventi sede legale in Italia, escluse quelle di cui all'articolo 162-bis del TUIR e quelle che esercitano attività assicurative, l'art. 26 del D.L. 34/2020 riconosce, a seguito

dell'approvazione del bilancio per l'esercizio 2020, un credito d'imposta pari al 50% delle perdite eccedenti il 10% del patrimonio netto, al lordo delle perdite stesse, fino a concorrenza del 30% dell'aumento di capitale. Tuttavia, si decade dal beneficio, dovendo restituire l'importo fruito unitamente agli interessi legali, a fronte della distribuzione di qualsiasi tipo di riserve prima del 1.1.2024.

Il credito è utilizzabile a partire dal decimo giorno successivo a quello di presentazione della dichiarazione relativa al periodo di effettuazione dell'investimento, anche in compensazione. Non si applicano i limiti di cui all'art. 1, co. 53, L. 244/2007 e di cui all'art. 34, L. 388/2000. Il credito d'imposta non concorre alla formazione del reddito ai fini delle imposte sui redditi e del valore della produzione ai fini dell'Irap e non rileva ai fini del rapporto di cui agli articoli 61 e 109, comma 5, del Tuir. I commi 1 e 2 dell'art. 26 del D.L. 34/2020 prevedono i seguenti requisiti per poter beneficiare del credito d'imposta:



i. società regolarmente costituita e iscritta nel registro delle imprese;

ii. ammontare dei ricavi di cui all'art. 85, comma 1, lettere a) e b) del Tuir relativo al periodo d'imposta 2019, superiore a cinque milioni di euro e fino a cinquanta milioni di euro; nel caso in cui la società appartenga ad un gruppo, si fa riferimento al valore dei citati ricavi su base consolidata, al più elevato grado di consolidamento, non tenendo conto dei ricavi conseguiti all'interno del gruppo;

iii. abbia subito, a causa dell'emergenza epidemiologica da Covid-19 nei mesi di marzo e aprile 2020, una riduzione complessiva dell'ammontare dei ricavi (art. 85, lett. a) e b) del Tuir) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente in misura non inferiore al 33%; nel caso in cui la società appartenga ad un gruppo, si fa riferimento al valore dei citati ricavi su base consolidata, al più elevato grado di consolidamento, non tenendo conto dei ricavi conseguiti all'interno del gruppo;

iv. abbia deliberato ed eseguito dopo il 19.5.2020 ed entro il 31.12.2020 un aumento di capitale a pagamento e integralmente versato;

v. alla data del 31.12.2019 non rientrava nella categoria delle imprese in difficoltà, a meno che non siano qualificabili come microimprese o piccole imprese ai sensi dell'allegato I del regolamento (UE) n. 651/2014. In tal caso, a microimprese e piccole imprese è riconosciuto il credito d'imposta se non sono soggette a procedure concorsuali per insolvenza, o essendo state soggette a tali procedure abbiano rimborsato il prestito o revocato la garanzia al momento dell'investimento agevolato, e non hanno ricevuto aiuti per il salvataggio

o aiuti per la ristrutturazione, o avendoli ricevuti non siano più soggette a un piano di ristrutturazione al momento dell'investimento agevolato;

vi. si trova in situazione di regolarità contributiva e fiscale;

vii. si trova in regola con le disposizioni vigenti in materia di normativa edilizia ed urbanistica, del lavoro, della prevenzione degli infortuni e della salvaguardia dell'ambiente;

viii. non rientra tra le società che hanno ricevuto e, successivamente, non rimborsato o depositato in un conto bloccato gli aiuti ritenuti illegali o incompatibili dalla Commissione europea; ix. non si trova nelle condizioni ostative di cui all'articolo 67 del D.Lgs. 159/2011;

x. nei confronti degli amministratori, dei soci e del titolare effettivo non è intervenuta condanna definitiva, negli ultimi cinque anni, per reati commessi in violazione delle norme per la repressione dell'evasione in materia di imposte sui redditi e sul valore aggiunto nei casi in cui sia stata applicata la pena accessoria di cui all'articolo 12, co. 2, D.Lgs. 74/2000.

I descritti benefici sono accessibili anche, ai sensi dell'art. 5, co. 3, D.M. 10.08.2020, alle aziende in concordato preventivo di continuità con omologa già emessa, che si trovano in situazione di regolarità contributiva e fiscale all'interno di piani di rientro e rateizzazione già esistenti alla data del 19 maggio 2020.

Per poter beneficiare del credito d'imposta, le società conferitarie che intendono avvalersi del beneficio devono presentare apposita istanza telematica all'Agenzia delle Entrate (*secondo le modalità dettate da un prossimo provvedimento*). Prima della trasmissione, a pena di decadenza, l'istante deve essere in possesso della dichiarazione nella quale i soggetti e gli OICR che hanno effettuato conferimenti agevolati attestano la misura dell'incentivo.

Entro 30 giorni dalla ricezione della domanda, l'Agenzia comunica il riconoscimento del credito e l'importo spettante oppure il diniego.

### **I crediti di imposta per i soggetti conferenti (commi da 4 a 7 dell'art. 26 DL 34/2020)**

I commi da 4 a 7 dell'art. 26 del D.L. 34/2020 riconoscono un credito d'imposta del 20% anche per i soggetti che effettuano i conferimenti in denaro in esecuzione dell'aumento di capitale previsto dal citato art. 26, nel periodo tra il 20.5.2020 e il 31.12.2020. Come precisato dall'art. 2 del D.M. 10.08.2020, l'investimento può essere effettuato in-



direttamente attraverso quote o azioni di organismi di investimento collettivo del risparmio che non siano a partecipazione pubblica, diretta o indiretta, residenti in Italia o in Stati membri dell'UE o in Stati aderenti all'Accordo sullo spazio economico europeo, che investono in misura superiore al 50% nel capitale sociale delle società tramite organismi di investimento collettivo del risparmio e società, direttamente o indirettamente, a partecipazione pubblica. Il credito d'imposta non è riconosciuto: a) per gli investimenti effettuati dai soggetti di cui all'art. 162-bis del Tuir e dalle imprese che esercitano attività assicurativa; b) per gli investimenti effettuati da imprese qualificabili, al 31 dicembre 2019, come "imprese in difficoltà" (ex art. 2, punto 18, del regolamento (UE) n. 651/2014, dell'art. 2, punto 14, del regolamento (UE) n. 702/2014 e dell'art. 3, punto 5, del regolamento (UE) n. 1388/2014), a meno che non siano qualificabili come microimprese o piccole imprese ai sensi dell'allegato I del regolamento (UE) n. 651/2014. In tal caso, a microimprese e piccole imprese è riconosciuto il credito d'imposta se non sono soggette a procedure concorsuali per insolvenza, o essendo state soggette a tali procedure abbiano rimborsato il prestito o revocato la garanzia al momento dell'investimento agevolato, e non hanno ricevuto aiuti per il salvataggio o aiuti per la ristrutturazione, o avendoli ricevuti non siano più soggette a un piano di ristrutturazione al momento dell'investimento agevolato.

L'investimento massimo del conferimento in denaro sul quale calcolare il credito d'imposta non può eccedere € 2.000.000. La partecipazione riveniente dal conferimento deve essere posseduta fino al 31.12.2023. La distribuzione di riserve, di qualsiasi tipo, prima di tale data da parte della società oggetto del conferimento in denaro comporta la decadenza dal beneficio e l'obbligo del contribuente di restituire l'ammontare detratto, unitamente agli interessi legali.

Per poter beneficiare dell'agevolazione è richiesto (co. 6, art. 2, D.M. 10.8.2020) che il conferimento in denaro sia iscritto alla voce del capitale sociale e della riserva da sovrapprezzo azioni o quote della società, anche in seguito alla conversione di obbligazioni convertibili in azioni o quote di nuova emissione, nonché agli investimenti in quote degli OICR di cui sopra.

Ai fini dell'agevolazione è necessario che la società conferitaria rilasci al socio una dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà nel quale viene

dichiarato di non aver superato il limite dell'importo complessivo agevolabile di cui al comma 20 del citato art. 26 (il limite cambia in base all'attività svolta dalla società conferitaria), ovvero, se superato, l'importo per il quale spetta il credito d'imposta. Non possono beneficiare del credito d'imposta le società che controllano direttamente o indirettamente la società conferitaria, sono sottoposte a comune controllo o sono collegate con la stessa ovvero sono da questa controllate.

Il credito è fruibile anche per gli investimenti effettuati in stabili organizzazioni in Italia di imprese con sede in Stati membri dell'UE o in Paesi appartenenti allo Spazio economico europeo. Inoltre, l'agevolazione spetta altresì quando l'investimento avviene attraverso quote o azioni di organismi di investimento collettivo del risparmio residenti in Italia o in Stati membri dell'UE o in Stati aderenti all'Accordo sullo spazio economico europeo, che investono in misura superiore al 50% nel capitale sociale delle imprese che soddisfano i requisiti sopra elencati.

Il credito d'imposta è utilizzabile nella dichiarazione dei redditi relativa al periodo d'imposta di effettuazione dell'investimento e in quelle successive fino a quando non se ne conclude l'utilizzo nonché, a partire dal decimo giorno successivo a quello di presentazione della dichiarazione relativa al periodo di effettuazione dell'investimento, anche in compensazione. Non si applicano i limiti di cui all'art. 1, co. 53, L. 244/2007 e di cui all'art. 34, L. 388/2000. Il credito d'imposta non concorre alla formazione del reddito ai fini delle imposte sui redditi e del valore della produzione ai fini dell'Irap e non rileva ai fini del rapporto di cui agli articoli 61 e 109, comma 5, del TUIR.

Anche i soggetti che effettuano gli investimenti devono presentare apposita istanza telematica all'Agenzia delle Entrate (secondo le modalità dettate da un prossimo provvedimento). Prima della trasmissione, a pena di decadenza, l'istante deve essere in possesso della copia della delibera di aumento del capitale sociale e della dichiarazione sostitutiva di notorietà rilasciata dalla società.

Entro 30 giorni dalla ricezione della domanda, l'Agenzia comunica il riconoscimento del credito e l'importo spettante oppure il diniego. A seguito della comunicazione positiva da parte dell'Amministrazione, i soggetti beneficiari consegnano alla società conferitaria una dichiarazione nella quale attestano la misura dell'incentivo ricevuto al fine di consentire a quest'ultima la verifica del rispetto dei limiti di cui



alla sezione 3.1 della comunicazione della Commissione europea recante «Quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia nell'attuale emergenza del COVID-19».

### Cumulabilità delle agevolazioni

I due crediti d'imposta, ai sensi del co. 20 dell'art. 26 del D.L. 34/2020, sono cumulabili tra loro e con eventuali altre misure di aiuto, da qualunque soggetto erogate, di cui la società ha beneficiato ai sensi del paragrafo 3.1 della Comunicazione della Commissione europea recante un «Quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia nell'attuale emergenza del Covid-19». L'importo complessivo lordo delle suddette misure di aiuto non eccede per ciascuna società l'ammontare di € 800.000, ovvero € 120.000 per le imprese operanti nel settore della pesca e dell'acquacoltura o € 100.000 per le imprese operanti nel settore della produzione primaria di prodotti agricoli. Non si tiene conto di eventuali misure di cui la società abbia beneficiato ai sensi dei regolamenti della Commissione Europea individuati dal citato co. 20. La società presenta una dichiarazione sostitutiva dell'atto di notorietà ai sensi dell'articolo 47 del Dpr 445/2000, con la quale il legale rappresentante attesta, sotto la propria responsabilità, che le misure dei crediti d'imposta, sommate con le misure di aiuto, da qualunque soggetto erogate, di cui la società ha beneficiato, ai sensi del paragrafo 3.1 della Comunicazione della Commissione Europea recante un «Quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia nell'attuale emergenza del Covid-19», non superano i limiti suddetti. Con il medesimo atto il legale rappresentante dichiara, altresì, di essere consapevole che l'aiuto eccedente detti limiti è da ritenersi percepito indebitamente e oggetto di recupero ai sensi della disciplina dell'UE.

### I limiti delle agevolazioni

Ebbene non si può non notare come, nella genesi della norma, e quindi dalla formulazione dell'originario art. 26 del DL 34/2020 fino alle modifiche introdotte con il DM del 10 agosto, si siano introdotte limitazioni piuttosto rilevanti per le imprese beneficiarie delle misure agevolative in parola.

Si guardi ad esempio al comma 2-bis il quale, originariamente, prevedeva l'applicazione della norma anche alle imprese in concordato in continuità, a condizione che avessero i requisiti di regolarità fiscale e contributiva. Il decreto attuativo invece

ne ha circoscritto l'operatività, consentendo sì l'accesso alla misura alle imprese entrate in procedura concorsuale dal 1° gennaio 2020 ma unicamente nel caso in cui il concordato sia stato omologato entro il 19 maggio 2020 con ciò escludendo le imprese che ottengono l'omologazione prima di fine anno, ma dopo il 19 maggio 2020 oltre che le imprese già assoggettate a procedura prima del 01.01.2020.

Ed ancora le norme attuative specificano che il credito d'imposta, per i soci investitori, spetta in relazione ai conferimenti in denaro iscritti alla voce del capitale sociale e della riserva sovrapprezzo azioni o delle quote, anche a seguito di conversione di obbligazioni convertibili in azioni, o di quote di nuova emissione. Nulla è specificato, invece, rispetto alla possibilità che ai versamenti in denaro vengano equiparate le rinunce, espresse in sede di aumento di capitale, dei soci ai crediti come comunemente accade in analoghe misure agevolative.

Anche la procedura di riconoscimento del credito di imposta in favore di soggetti investitori e degli organismi di investimento collettivo del risparmio è subordinata alla presentazione all'Agenzia delle Entrate di apposita istanza, la quale, secondo quanto stabilito dall'art. 3 del decreto, dovrà essere inviata nei termini e con le modalità definiti con successivo (!) provvedimento del direttore dell'Agenzia delle Entrate, il cui contenuto pure è specificato dalla norma.

Ebbene non si possono non auspicare, oltre che la tempestività del rilascio della modulistica per la presentazione delle istanze, ulteriori interventi e chiarimenti sulle criticità qui rilevate, oltre che, per il futuro, una maggiore semplicità di applicazione delle agevolazioni e delle norme tributarie in genere.

*Michele Gargiulo*, nato a Torre del Greco nel 1970, consegue la Laurea in *Economia del Commercio Internazionale e dei Mercati Valutari*. Esperienza ultradecennale nell'ambito degli intermediari finanziari, settore in cui ha maturato importanti esperienze professionali in qualità di analista fidi prima e Direttore di Filiale poi. Dal 2012 ha assunto la carica di Amministratore Unico della società Erasmus Srl con sede in Nola (NA), svolgendo attività di consulenza Strategica e Direzionale alle Imprese. Dal 2015 è partner di HSL Advisors, con sede in Roma, società attiva anch'essa nel settore della consulenza Strategica e Direzionale alle Imprese.



Finanza agevolata | 2

# PROJECT MANAGEMENT

## IL PROGETTO, ARTICOLAZIONI E VINCOLI



**CIRO  
OREFICE**

**N**ell'ultimo ventennio, soprattutto con l'entrata dell'Italia nell'Unione Europea, è cambiato fortemente il modo con cui le istituzioni nazionali ed europee sostengono le progettualità degli enti e delle aziende. I trasferimenti di fondi e le agevolazioni finanziarie sono concesse quasi sempre a fronte della presentazione di un progetto, meglio se collaborativo, attraverso il coinvolgimento di più soggetti pubblico/privati. Secondo lo standard americano PMI il progetto è definito come "un'iniziativa temporanea intrapresa per creare un prodotto, un servizio o un risultato con caratteristiche di unicità". La natura temporanea dei progetti, infatti, indica un inizio e una fine definiti, e il progetto si considera terminato quando sono stati raggiunti gli obiettivi, quando non si riesce a raggiungerli, o quando non sussiste più l'esigenza del progetto. L'insieme di più progetti definisce un programma, e l'insieme di più programmi definisce un portafoglio, che generalmente si identifica con le strategie e priorità dell'ente/azienda.

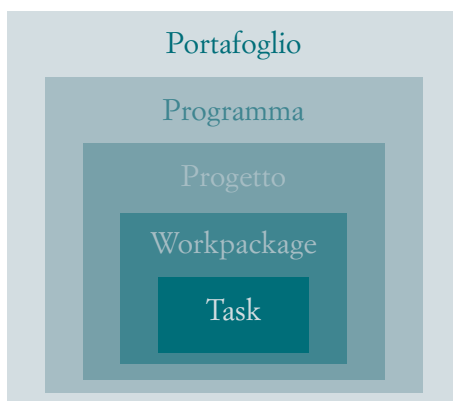


Fig. 1- Schema di aggregazione e articolazione progettuale

A sua volta ogni singolo progetto può essere suddiviso in workpackage ed ogni singolo workpackage a sua volta è articolato in task. L'articolazione dei progetti in workpackage e task ricorre solo per i progetti di media complessità o quando richiesto dal finanziatore, mentre ulteriori classificazioni delle attività di progetto possono ricorrere sulla base di specifiche esigenze.

È sulla base del rischio, del finanziamento e di altre considerazioni pertinenti al piano strategico dell'ente/azienda che vengono assegnate le priorità ai progetti e ciò spesso orienta la gestione delle risorse. I processi che si svolgono all'interno di un progetto sono complessi e spesso iterativi; tendenzialmente l'approccio teorico maggiormente riconosciuto (PMI) è quello che classifica i processi legati in cinque gruppi:

- \* Avvio;
- \* Pianificazione;
- \* Esecuzione;
- \* Monitoraggio;
- \* Chiusura.

Spesso gli enti e le aziende cercano all'esterno forme di finanziamento per portare avanti le proprie idee progettuali ed evitare di ricorrere a risorse interne. Per accedere a forme di finanziamento bisogna attuare una complessa e articolata attività: in primo luogo occorre monitorare tutti i possibili bandi attivi e/o altre forme di finanziamento al fine di poter attingere a tali agevolazioni per finanziare in tutto in parte il progetto; successivamente c'è una fase di scrittura che consiste nello sviluppo dell'idea progettuale con un elevato livello di dettaglio; in seguito il progetto viene sottoposto, valutato ed eventualmente finanziato. Tali processi

sono antecedenti all'avvio del progetto vero e proprio ma allo stesso tempo rappresentano le fondamenta sopra le quali questo verrà attuato il progetto. Generalmente l'ente/azienda ha già una idea di massima sull'attività progettuale da portare avanti e ricerca la fonte di finanziamento che più si adatta alle proprie esigenze. La ricerca però della fonte di finanziamento, tuttavia, non deve far perdere di vista gli obiettivi del progetto potenziale. Allo stesso tempo, nella stesura ed esecuzione del progetto bisogna definire con dettaglio i vincoli di progetto che devono risultare ben bilanciati. Nello specifico i vincoli di progetto sono i seguenti:

- × Ambito;
- × Qualità;
- × Schedulazione;
- × Budget;
- × Risorse;
- × Rischi.

Tali vincoli sono tra di loro fortemente correlati e un buon project manager (PM) deve saper trovare il giusto equilibrio: ad esempio, se si riduce la schedulazione delle attività è sempre necessario aumentare il budget per aggiungere risorse e completare la stessa mole di lavoro in minor tempo, e se il budget non potrà essere aumentato sarà necessario diminuire l'ambito o la qualità prevista; al contempo la modifica dell'ambito e/o della qualità può comportare rischi aggiuntivi. Ovviamente tale attività è iterativa, e presume un'alta sensibilità del project manager verso le dinamiche di progetto e una capacità di astrarsi dal dettaglio per guardare l'insieme.

Il successo di un progetto è inoltre fortemente condizionato dai fattori ambientali che lo vincolano, lo influenzano e indirizzano, i quali non sono sotto il controllo del gruppo di progetto. Essi sono considerati come input di molti processi di pianificazione e possono rafforzare o vincolare le opzioni del Project Management, influenzandone in maniera positivamente o negativamente il risultato. A titolo esemplificativo si elencano di seguito i principali fattori ambientali:

- × Cultura, struttura e governance organizzative;
- × Distribuzione territoriale delle strutture e risorse;
- × Standard governativi o di settore (es. standard di qualità);
- × Infrastruttura (es. strutture esistenti e beni strumentali);

- × Risorse umane esistenti (es. capacità, competenze);
- × Amministrazione del personale (es. fidelizzazione, valutazione delle prestazioni dei dipendenti);
- × Sistemi di autorizzazione del lavoro aziendale;
- × Condizioni di mercato;
- × Tolleranza al rischio degli stakeholder;
- × Clima politico;
- × Canali comunicativi utilizzati dall'organizzazione;
- × Database commerciali (es. dati di stima dei costi standard);
- × Sistemi informativi di Project Management (es. sistemi di schedulazione).

Un particolare focus merita la struttura organizzativa del soggetto che gestisce il progetto. Esistono molte strutture organizzative che un ente/azienda può scegliere, le quali che influenzano notevolmente le dinamiche legate ai progetti. Tra i tanti modelli organizzativi presenti nello scenario nazionale ed internazionale quello preferibile per un'ottimale gestione progettuale è la Struttura organizzativa per progetti. In essa il Project Manager (PM) gode di un elevato livello di indipendenza e autorità; la maggior parte delle risorse dell'organizzazione lavora a progetto e spesso i membri dello stesso gruppo di progetto lavorano preso la stessa sede. Il vantaggio di tale organizzazione è che le risorse non hanno un livello gerarchicamente intermedio tra loro ed il PM, che quindi gode quindi di massima autonomia e al tempo stesso ha la responsabilità delle risorse ed una maggiore 'leva' su di esse.

Le prassi migliori riguardanti la formazione del budget di progetto si focalizzano sull'individuazione della struttura dei costi, sul loro andamento temporale durante il ciclo di vita del progetto e sulle azioni di ottimizzazione della curva di budget (planned value), in modo da renderla compatibile con la disponibilità dei fondi. Ove possibile è importante che i risultati di questa analisi vengano condivisi con il finanziatore del progetto e/o con i ruoli commerciali interni dell'organizzazione fornitrice in fase di definizione del capitolato o del contratto, un passaggio necessario per evitare disallineamenti e mancanza di commitment che possono causare sovraesposizioni finanziarie. Quando il budget viene approvato non è comunque auspicabile che il progetto venga avviato senza averne prima verificato le modalità di finanziamento; in

particolare, quello che interessa è l'andamento temporale dei finanziamenti e la sua compatibilità con l'andamento temporale del budget, il quale consente di intervenire preventivamente a fronte di sbilanciamenti. È importante inoltre che tutti i flussi finanziari relativi al progetto siano concordati preventivamente con il soggetto finanziatore e che sia verificata la loro compatibilità, anche con quelli del finanziatore, prima di trovarsi in situazioni di potenziale insolvenza. Nella quasi totalità dei progetti il budget complessivo è articolato in voci di spesa, elementi che forniscono un quadro d'insieme dei costi progettuali e della loro natura; un PM esperto riesce infatti a carpire molte informazioni dalla struttura del budget e relative voci di spesa.

Il budget di progetto può essere preventivo e consuntivo. Nella fase di monitoraggio delle attività bisogna sempre stare attenti fare attenzione a non confondere questi due livelli. Il budget preventivo è quello 'approvato' e che allo stesso tempo è stato redatto senza poter conoscere puntualmente tutti gli elementi di costo: si tratta in sostanza di una sti-

ma che però ha contribuito alla positiva valutazione del progetto. Eventuali scostamenti tra il budget e il consuntivo dovranno essere ben monitorati durante la vita del progetto per capire le motivazioni degli scostamenti ed eventualmente adottare misure di correzione prima che il progetto termini, e nei progetti più complessi gli scostamenti sostanziali devono essere motivati al soggetto finanziatore. La natura dei costi del progetto può essere suddivisa in due macro-aggregazioni:

Costi Diretti, sostenuti direttamente per il progetto e relazionati univocamente a esso. Fanno parte di questa categoria, ad esempio, i costi del personale, costi delle trasferte, costi per i servizi, costi di attrezzatura, ecc.

Costi Indiretti, sostenuti dai beneficiari del finanziamento per la gestione ordinaria dell'attività aziendale. Essi non sono direttamente imputabili al progetto e rientrano tra i costi generali. In alcuni progetti di ricerca finanziati tali costi sono erogati in percentuale forfettaria, utilizzando come base di calcolo altre tipologie di voci di spesa.



La fonte di finanziamento del progetto può essere esterna o interna. Le fonti esterne, esse potranno possono essere con finanziamento a fondo perduto, con finanziamento agevolato, a mezzo di crediti di imposta, ecc.; la natura cambia a seconda dell'agevolazione richiesta, del bando al quale abbiamo applicato, e secondo altre variabili. Nel caso di fonti di finanziamento interne invece l'ente/azienda può decidere di investire parte delle proprie risorse in un'attività progettuale, e il progetto può essere finanziato anche in modo congiunto da risorse interne e risorse esterne. In tale casistica le risorse esterne vengono denominate 'finanziamento' e le risorse interne 'cofinanziamento'. Tale gergo deriva dai progetti di ricerca nei quali il finanziatore trasferisce una parte importante del budget al beneficiario, il quale però può essere chiamato appunto a 'cofinanziare' il progetto con fondi propri. La quota di cofinanziamento è molto importante nei progetti di natura collaborativa e con più partner, poiché generalmente il cofinanziamento di un progetto è attuato sulle spese di personale, che meno impattano sull'economia del beneficiario. È possibile però cofinanziare il progetto anche con materiali di consumo, quote di ammortamento, ecc.; ovviamente è la natura della fonte di finanziamento esterna che generalmente pone vincoli al cofinanziamento, e nei progetti collaborativi bisogna cercare di ripartire quest'ultimo tra i partner in quote, non necessariamente proporzionali al finanziamento, per sfruttare la natura giuridica del partner e le sue specificità di bilancio. Gli enti pubblici, ad esempio, preferiscono cofinanziare i progetti con spese di personale, non avendo generalmente a disposizione altre fonti, mentre le aziende hanno un maggiore grado di libertà nell'individuare le risorse a cofinanziamento. In alcuni progetti le spese generali di progetto vengono 'rimborsate' dall'ente finanziatore in quota percentuale usando come base di calcolo altre voci di spesa. Tale quota in gergo è definita 'overhead', e rappresenta un vero e proprio 'salvagente' per il progetto e per i soggetti esecutori. Anche se gli overhead ripagano l'ente/azienda dei maggiori costi generali sostenuti per l'esecuzione del progetto, essi rappresentano un provento al quale attingere nel caso in cui alcune spese non vengano riconosciute ammissibili dall'ente finanziatore, o per coprire eventuali quote di ammortamento di beni durevoli che dovessero non rientrare nel periodo progettuale e quindi non risultare ammissibili.

L'approccio che il PM dovrebbe seguire per raggiungere i risultati attesi del progetto potrebbe

essere un approccio di tipo econometrico, basato sulla definizione di una o più funzioni obiettivo. Queste definiscono una formula all'interno della quale, cambiando il valore di alcune variabili, si tende a minimizzare o massimizzare determinati valori; a titolo esemplificativo, si potrebbe tendere a massimizzare il contributo esterno al progetto. In secondo luogo devono essere definiti tutti i vincoli di progetto, esprimendoli nelle stesse variabili e costanti delle funzioni obiettivo; un tipo di vincolo potrebbe essere rappresentato dalla somma del contributo interno e contributo esterno che non può superare un dato valore, come ad esempio il massimo valore complessivo del progetto.

Una volta definite le funzioni obiettivo ed i relativi vincoli, attraverso i processi iterativi, si arriverebbe ad uno o più 'ottimi': in questo modo, posto di fronte a vari scenari, il Project Manager potrebbe prendere delle decisioni con un maggiore livello di informazione.

#### Bibliografia:

Capaldo G., Orefice C.I., Riccardi M., Fusco S., *Le Soft Skill per la gestione dei progetti di ricerca*, in «Il Project Manager», 32, 2017.

Aria M., Capaldo G., Iorio C., Orefice C.I., Riccardi M., Siciliano R., *PLS Path Modeling for causal detection of project management skills: a research field in National Research Council in Italy*, in «Electronic Journal of Applied Statistical Analysis», 11(2), 2018, pp. 516-545.

*Ciro Orefice* consegue nell'anno 2000 la laurea magistrale in *Economia e Commercio*. Successivamente intraprende un percorso professionale e formativo che lo porta a specializzarsi nella gestione dei progetti di ricerca, curando sia aspetti di natura economico-finanziaria che aspetti di natura tecnico-scientifica. Il suo percorso formativo è arricchito, tra l'altro, da un master in Euro-progettazione e da un corso avanzato in *Trasferimento Tecnologico della Ricerca*. Dottore commercialista e Revisore dei conti ha al suo attivo numerose esperienze professionali in importanti realtà, nelle quali ha maturato approfondite competenze di program manager. In collaborazione con l'Università di Napoli "Federico II" ha inoltre condotto alcuni studi sulle *hard e soft skills* dei *project manager*.



Finanza agevolata | 3

# APPROCCI STRUTTURATI DI FINANZA AGEVOLATA

## I FONDAMENTI



**ANTONELLA  
FRANCO**

**Q**uando si parla di finanza agevolata si corre il rischio di pensare a un'unica definizione semplice, in realtà una risposta esaustiva richiederebbe un'argomentazione molto più complessa. Nonostante il ricorso alla finanza agevolata da parte degli imprenditori, sempre più frequentemente questi non sono in grado di identificarla correttamente né di individuare come e quanto potrebbe essere utile all'interno della propria azienda. Per finanza agevolata si intende una tipologia di strumenti e investimenti volti ad affiancare e sostenere la crescita – qualitativa e quantitativa – del tessuto produttivo delle aziende in relazione allo sviluppo di nuovi progetti. Sostanzialmente, la finanza agevolata fornisce strumenti finanziari a condizioni più vantaggiose rispetto a quelle di mercato che, essendo legiferati dal legislatore regionale, nazionale o comunitario, contribuiscono allo sviluppo aziendale fornendo vantaggio competitivo in termini economici.

Basata su due tipologie di fondi, diretti e indiretti, la finanza agevolata viene in ogni caso finanziata dalla Commissione Europea, che gestisce direttamente i fondi diretti, mentre i secondi (chiamati anche fondi strutturali e di investimento) vengono gestiti da programmi operativi nazionali e regionali, i cosiddetti PON e POR. La prima tipologia di fondi si distingue in programmi tematici o comunitari e strumenti per l'assistenza esterna, i quali sono erogati sotto forma di:

- Sovvenzioni o grants: contributi economici destinati a specifici progetti collegati alle politiche dell'UE, di solito mediante inviti a presentare proposte, call for proposals;
- Appalti: conclusi dalle istituzioni europee per acquistare beni, servizi o opere, e aggiudicati mediante bandi di gara, call for tenders.

I fondi indiretti hanno invece l'obiettivo di attuare la politica regionale (o politica di coesione) dell'unione Europea, riducendo le disparità economiche, sociali e territoriali tra le varie regioni. Essendo gestiti direttamente dagli stati membri a cui fanno riferimento, ciascun fondo strutturale si muove per obiettivi:

- Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR);
- Fondo Sociale Europeo (FSE);
- Fondo di Coesione (FC);
- Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEARS);
- Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP).

Un ulteriore elemento fondante della finanza agevolata si individua nelle tipologie di intervento e di contributo. Riferendosi ai contributi o alle agevolazioni nei confronti delle imprese si tende a pensare ai contributi a fondo perduto, ma in realtà le soluzioni offerte dalla finanza agevolata sono altre e si adattano a esigenze differenti, che approfondiremo di seguito in maggior dettaglio.

Il contributo a fondo perduto funziona conferendo un aiuto economico concreto sotto forma di intervento finanziario. Tale contributo è caratterizzato dall'erogazione di una somma della quale non si richiederà né la restituzione del capitale né il pagamento di interessi; per questo il contributo a fondo perduto è destinato ad incrementare la dotazione patrimoniale dell'impresa a fronte di investimenti strumentali e immateriali con effetti durevoli. Rientrano in tale categoria i contributi in conto capitale, in conto impianti, in conto esercizio, in conto interessi e in conto canoni.

Diversamente, i finanziamenti a tasso agevolato sono una particolare forma di prestito erogato da enti pubblici in virtù di specifiche convenzioni

nazionali o regionali. Questi rappresentano un'ottima opportunità per chi, non disponendo di capitale proprio, si trovi ad acquistare beni strumentali che possano aiutare l'azienda a generare fatturato. I bonus fiscali e credito di imposta (i cosiddetti incentivi automatici) hanno invece una valenza di tipo fiscale, in quanto la monetizzazione del beneficio avviene in sede di pagamento di imposte e contributi. Infine, la concessione di garanzia è una forma agevolativa indiretta che consiste nell'offerta di garanzie per finanziamenti a medio-lungo termine da parte di un consorzio (Consorzio di Garanzia collettiva Fidi), una cooperativa (tra associazioni di categoria) o un ente pubblico.

Andremo ora ad analizzare gli aspetti operativi della finanza agevolata, che riguardano le modalità con cui le imprese possono usufruire di agevolazioni e bandi di finanziamento. In primo luogo, tutte le imprese operanti sul territorio comunitario hanno la possibilità di beneficiare ed approfittare dei bandi proposti dagli enti a livello nazionale, regionale e locale. Tuttavia, per poter accedere ad una domanda di agevolazioni, qualsiasi impresa è tenuta a presentare una specifica domanda che fornisca i dati identificativi della stessa e presenti un piano di investimenti realistico e sostenibile in relazione al modello di business in questione. Il processo di valutazione successivo assume una valenza differente a seconda della procedura che l'ente concedente decide di adottare per attribuire l'agevolazione. Al fine di ottenere delle agevolazioni, le modalità di partecipazione possono essere identificate in due tipi:

- a graduatoria, ovvero basate su bandi contenenti tutte le informazioni necessarie per presentare un progetto. In questo caso la selezione si basa su parametri oggettivi predeterminati; le graduatorie nascono a partire da valutazioni specifiche, e i progetti vengono finanziati sino all'esaurimento dei fondi;
- a sportello, in cui si definiscono soglie e condizioni minime per l'ammissibilità delle domande, la cui istruttoria avverrà in base all'ordine cronologico di presentazione.

Prendendo in esame il ruolo del consulente finanziario si sottolinea l'importanza di tenere in considerazione più parametri affinché l'attività di impresa



sia inquadrata correttamente e che si possa ottenere un vantaggio economico e/o fiscale. Il consulente finanziario, infatti, deve essere in grado di svolgere un'adeguata valutazione di un progetto aziendale per poter individuare il bando o la proposta di finanziamento più appropriata in rapporto al fabbisogno finanziario. Questi procederà quindi alla redazione del business plan, corredandolo da una parte descrittiva del piano di investimento e da una parte economica-finanziaria relativa alla sostenibilità e redditività

degli investimenti programmati.

Essendomi affacciata al mondo della finanza agevolata da poco più di un anno, ho potuto apprendere come spesso, accompagnando le aziende lungo tutto il processo di realizzazione di un progetto, ci si trasformi in vere e proprie guide. A partire dalla condivisione di un'idea fino alla sua attuazione, ciò che in molti casi si viene a creare è una sinergia tra le parti. È un rapporto di basato sulla comprensione reciproca, non dissimile da quello che lega un medico al suo paziente: quando il paziente riferisce i suoi sintomi al medico, egli ascolta, analizza ed elabora una diagnosi. Il paziente, se segue le indicazioni diligentemente, può trovare giovamento o risolvere definitivamente il suo problema; in caso contrario, il medico sarà costretto a trovare soluzioni alternative, che potrebbero risultare di più difficile attuazione. E nel caso in cui il paziente si rivolga ad un medico non qualificato la diagnosi sarà probabilmente errata, e perciò non risolutiva.

Nell'ambito della finanza agevolata un passaggio fondamentale consiste proprio nel rivolgersi a professionisti del settore che, sapendo orientarsi nel panorama dei finanziamenti e delle opportunità per le imprese in un rapporto di completa fiducia, possano garantire il raggiungimento del miglior risultato possibile per tutti gli attori coinvolti.

*Antonella Franco, laureata nel 2004 in Discipline Economiche e Sociali, nello stesso anno consegue un Master in Risorse Umane: Selezione e Formazione. Ha collaborato con diversi enti pubblici del territorio come consulente, occupandosi principalmente di attività di rendicontazione. Attualmente lavora nel Team Internazionalizzazione della SEF.*

*Internazionalizzazione | 1*

# MADE IN ITALY POST-COVID

## SAPER COGLIERE NUOVE OPPORTUNITÀ



**FRANCESCO  
DI SARNO**

**L'**emergenza sanitaria e la conseguente crisi economica generate dal coronavirus hanno avuto impatti significativi sul Made in Italy ma le opportunità per valorizzare le eccellenze italiane e trarne benefici di business non mancano. Basta capire quali sono “gli ingredienti” e investire sui fattori abilitanti, come la tecnologia.

Il Made in Italy è stato fortemente colpito dall'emergenza coronavirus e, nonostante il Piano Straordinario 2020 per la promozione del Made in Italy che ha portato in capo all'Agenzia per il commercio estero una disponibilità di 316 milioni euro (sommata ai 400 milioni di euro che ha in dotazione il fondo Sace-Simest per l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese), il prolungato tempo di chiusura cui sono state obbligate moltissime attività ha avuto impatti significativi sul business e sull'economia del nostro Paese.

Di contro, le realtà che non si sono fermate durante il lockdown hanno dovuto far fronte a problematiche critiche, come la messa in sicurezza delle persone, la tutela dei dipendenti, dei collaboratori e delle loro famiglie, la continuità operativa e di business in condizioni di rischio mutevoli, nonché il superamento degli audit necessari ad assicurare le certificazioni indispensabili per il loro business.

Tuttavia, dalle crisi nascono sempre nuove opportunità e dalla Fase 2 in poi, il Made in Italy, da sempre sinonimo di eccellenza italiana (non solo dei prodotti ma anche delle straordinarie abilità dell'imprenditoria italiana), può trovare nuovo slancio per la crescita, soprattutto investendo in tecnologie, servizi e certificazioni.

### **Mitigare i rischi e assicurare Salute e Sicurezza dei lavoratori e del business: gli ingredienti per ripartire**

Anche nella Fase 2, e nelle successive fasi che caratterizzeranno il post-Covid e ci aiuteranno a costruire una nuova normalità, le aziende hanno bisogno di focalizzarsi su due importanti aspetti cruciali per la ripartenza: la salute e la sicurezza delle persone da un lato, e la business continuity, ossia la garanzia di una capacità operativa continua con una adeguata mitigazione dei rischi, dall'altro.

DNV GL è uno dei principali enti di certificazione a livello mondiale che sta guidando lo sviluppo del settore attraverso l'implementazione di nuove soluzioni di digital assurance basate su tecnologia blockchain. Nasce in Norvegia nel 1864, focalizzandosi fin dal principio sul Risk Management, oggi competenza core trasversale, che trova proprio in ambiti delicati come Salute e Sicurezza (delle persone, della produzione, delle aziende...), la massima espressione dei propri servizi e soluzioni tecnologiche, messi a disposizione delle aziende clienti che, anche durante il periodo di lockdown, hanno dovuto continuare le proprie attività.

Nelle settimane più critiche dal punto di vista dell'emergenza sanitaria molte aziende del Made in Italy hanno dovuto mettere in moto una complessa macchina organizzativa per far fronte, come accennato, all'imprescindibile tutela della salute dei lavoratori e all'altrettanto indispensabile salute del proprio business.

### **Made in Italy post-Covid: assessment e certificazioni come plus**

Oggi queste aziende si chiedono se le azioni adottate siano sufficienti e coerenti con le nuove prescrizioni normative ed eventualmente quali azioni e scelte devono ancora adottare in materia di Salute





e Sicurezza. Proprio per dare una concreta risposta a queste esigenze, DNV GL ha definito la metodologia My Care, che valuta la conformità e la maturità dell'azienda relativamente alla gestione del rischio di infezione da agenti patogeni, in linea con i requisiti internazionali, nazionali e le best practice a livello di settore. L'assessment secondo questa metodologia permette di valutare se le misure di mitigazione già adottate siano sufficienti oppure sia necessario ridefinire alcune scelte.

In alcuni casi questo tipo di assessment si può fare anche da remoto (DNV GL ha da tempo investito in tecnologie digitali che abilitano questo tipo processi). Proprio durante il lockdown, DNV GL è riuscita ad erogare in digitale l'assessment per le aziende che vogliono capire ed essere sicure che quanto definito nel loro 'protocollo di rientro' in azienda sia conforme a quanto stabilito

dalla legge e sia sufficiente e adeguato, anche in termini di mitigazione dei rischi, per assicurare Salute e Sicurezza delle persone.

Aspetto molto importante, da non sottovalutare mai, è l'adeguata formazione delle persone; non è sufficiente che le aziende predispongano un protocollo di rientro adeguato (anche in termini di continuità operativa dal punto di vista produttivo e di business), la mitigazione dei rischi passa necessariamente anche dal comportamento appropriato dei lavoratori che devono essere opportunamente informati e messi nelle condizioni di poter comprendere al meglio il loro ruolo e la loro responsabilità nell'assicurare che tutte le regole ed i piani messi a punto dall'azienda possano risultare efficaci.

Chiaramente le certificazioni restano ancora una *conditio sine qua non* per poter fare business con molti clienti: basti pensare al settore Food



& Beverage, che proprio durante il lockdown DNV GL ha supportato erogando migliaia di audit in modo remoto/digitale, con l'obiettivo di garantire la validità dei loro certificati e quindi non generare problemi o intoppi nel loro business. Anche questo è un importante aspetto della business continuity.

#### **Il ruolo del consumatore per un Made in Italy sostenibile, trasparente, certificato**

Il tema delle certificazioni assume poi un ruolo importante per il Made in Italy anche alla luce di un fenomeno in espansione, quello legato alla consapevolezza dei consumatori.

Oggi i consumatori vogliono prodotti sostenibili, certificati lungo tutta la filiera, vogliono poter verificare le informazioni in modo trasparente... insomma, vogliono poter conoscere i produttori e tutta la filiera coinvolta nella distribuzione. E questo vale per tutti i brand, non solo per quelli più noti. Nell'attuale contesto di iper-connettività, dove le persone possono accedere a grandi quantità di dati e informazioni in tempi rapidi e modi molto semplici (da qualunque luogo, in qualsiasi momento, con qualsiasi dispositivo o sistema), anche le informazioni legate a produzione e distribuzione dei prodotti devono diventare accessibili.

Situazione che ovviamente mette 'sotto pressione' le aziende che devono gestire performance e value chain in modo sostenibile e trasparente in uno scenario di evoluzione che vede nella digitalizzazione delle filiere (e nella rivoluzione del settore 4.0) un fortissimo abilitatore ma anche, al contempo, una sfida non banale da affrontare, cui si aggiungono naturalmente quelle legate all'evoluzione delle normative e all'aumento del potere dei consumatori.

Se da un lato, tuttavia, questo significa maggiore pressione sull'efficienza operativa e di business, nonché un aumento dei rischi reputazionali e di immagine, dall'altro, la 'sfida' lanciata dai consumatori - che invitano le aziende a condividere la vera storia dietro i loro prodotti - può diventare una grandissima opportunità di business attraverso una migliore comunicazione, interazione ed ingaggio degli utenti.

L'iper-connettività, di fatto, influenza la comunicazione con i consumatori e offre nuove opportunità di interazione con il prodotto stesso, anche in real-time, come sta già accadendo, per esempio, nei settori AgriFood e Fashion, dove i consumatori sono sempre più disposti a condividere i propri feedback.

Un'opportunità da cogliere soprattutto ora che le filiere non sono più lineari ma molto più com-

SEF semplifica l'accesso ai mercati esteri grazie al sostegno di importanti partner pubblici e privati. Un apporto utile all'analisi delle variabili macroeconomiche del paese-obiettivo in funzione dei punti di forza e di debolezza dei mercati target.

Conosci la nostra realtà  
[www.sefconsulting.eu](http://www.sefconsulting.eu)

  
SVILUPPO EFFICIENZA FINANZA



PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Un'azienda proiettata in Europa e nel mondo

plesse rispetto al passato e rendono quindi difficoltoso per il consumatore capire da dove arriva un prodotto e come arriva 'a casa sua'. Ed è proprio per questo che gli utenti chiedono trasparenza.

Tradizionalmente, le caratteristiche del prodotto (origine, qualità, sostenibilità ecc.) sono state utilizzate in un'ottica di gestione del rischio anziché come asset per la costruzione del brand, tutelando l'azienda e i suoi prodotti da eventuali danni reputazionali spesso in modo tecnico, di non facile comprensione per il consumatore. Questo approccio oggi è del tutto anacronistico e, soprattutto, non mette più al riparo le aziende dai rischi legati ad immagine e reputazione.

I consumatori, come già ribadito, vogliono trasparenza, vogliono conoscere i prodotti e le aziende ed i loro interessi spesso trovano nei mass media una cassa di risonanza decisamente maggiore rispetto alla voce di un brand che assicura la qualità dei propri prodotti. Le informazioni rilasciate direttamente dalle aziende troppe volte sono risultate poco affidabili (in alcuni casi persino non veritiere) ed affermare di essere un brand serio, attento alla qualità, sostenibile, sicuro, ecc. non è più sufficiente.

È importante dunque che il Made in Italy, anche e soprattutto per fronteggiare al meglio il post-Covid, colga nelle tecnologie digitali e nei processi di assessment e certificazione gli asset fondamentali per riconquistare quell'importante rapporto di fiducia tra i propri brand e i consumatori, necessario per far crescere il business.

### **Blockchain, il ponte tecnologico per ristabilire la fiducia tra brand e consumatori**

Per rispondere alla crescente richiesta di fiducia dei consumatori nei prodotti e non solo nei marchi, le aziende devono gestire le loro performance coniugando i valori, gli investimenti e l'impegno al singolo prodotto, comunicando tutto questo in modo semplice e diretto per poter coinvolgere le persone (anche in modelli B2B).

Una delle tecnologie abilitanti è la Blockchain che consente di migliorare la trasparenza delle informazioni sui prodotti e sui fornitori, aumentando significativamente l'efficienza delle catene di fornitura.

DNV GL ha sviluppato un servizio My Story™ basato sulla blockchain pubblica VeChain, con cui DNV GL ha stipulato una partnership strategica, che permette la verifica da parte terza delle informazioni legate ai prodotti ed alla value chain

coinvolta nella filiera di distribuzione e vendita.

In questo modo si crea un 'ponte' che unisce chi produce e distribuisce un prodotto e chi lo acquista consentendo uno scambio di informazioni trasparente e verificabile (da cui dipende proprio il rapporto di fiducia tra le parti).

In tale contesto le verifiche rappresentano solo uno degli aspetti comunicativi, perché la possibilità di scambiarsi informazioni permette al consumatore di capire in modo trasparente se un'azienda si comporta in modo etico, se le sue dichiarazioni di sostenibilità sono veritiere, se le caratteristiche dichiarate dei prodotti corrispondono a realtà, quali sono le zone geografiche di produzione e distribuzione, quali sono le aziende ed i partner coinvolti nella filiera.

La combinazione tra la conoscenza della Supply Chain e la capacità di fare audit di DNV GL, la raccolta dati e la tecnologia Blockchain in un'unica soluzione, fruibile come servizio, di fatto consente alle aziende del Made in Italy (ma non solo!) di:

- avere livelli più elevati di integrità e trasparenza dei dati;
- sfruttare i dati disponibili per aumentare la qualità e la produttività;
- migliorare l'esperienza del consumatore costruendo e comunicando la fiducia nei prodotti.

Senza entrare in tecnicismi, la tecnologia Blockchain consente di conservare i dati in modo immutabile facendo quindi arrivare ai consumatori informazioni verificate da una terza parte e, soprattutto, facilmente fruibili dagli utenti. Insomma, abilita quella trasparenza richiesta ormai a gran voce dai consumatori. Una grande opportunità per far crescere ancora di più l'eccellenza del Made in Italy.

*Francesco Di Sarno, laureatosi in Scienze Agrarie, entra in DNV nel 1999 come responsabile della sede di Napoli. Nel 2003 diviene responsabile Food per tutto il sud Italia ricoprendo contemporaneamente il ruolo di responsabile Operation and Sales della sede di Napoli. Dopo essere aver ricoperto il ruolo di responsabile Food per la Region Southern Europe che comprende Italia, Spagna, Francia e Croazia, oggi è Direttore vendite Digital Assurance & Supply Chain di DNV GL-Business Assurance Italia.*



*Internazionalizzazione | 2*

# MADE IN ITALY

## OPPORTUNITÀ D'INTERNAZIONALIZZAZIONE PER LE IMPRESE



**ALFREDO  
MORZILLO**



**CLAUDIA  
GIAQUINTO**

**I**l Made in Italy è sinonimo di qualità e tradizione: fama meritatamente conquistata negli anni grazie a una produzione artigianale basata su un'esperienza tramandata da più generazioni. Ma l'Italia, oltre ad essere leader mondiale in quanto a cura del dettaglio e meticolosità nella selezione dei materiali – che garantiscono il rispetto dei più elevati standard di prodotto e la collocano in netto vantaggio dal punto di vista commerciale – detiene un nation branding particolarmente incisivo e facilmente spendibile sui mercati extra-UE. Una prerogativa necessaria per ottenere un consistente vantaggio sui mercati domestici, ma anche per imbastire un piano di concorrenza globale attraverso l'attua-

zione di una strategia di investimenti adeguata.

Internazionalizzarsi, infatti, non è più una scelta da valutare per aumentare le marginalità, quanto un obbligo imposto da un contesto sempre più dinamico alla luce delle normative comunitarie in materia di imprese. Esistono due tipologie di investimenti diretti che un'ipotetica impresa può adottare per espandersi fuori dall'Italia: in primis, promuovere una politica di presenza 'leggera', aprendo filiali, punti vendita e centri di distribuzione; in secondo luogo adottando una politica di espansione 'pesante', nel caso si prevedano anche stabilimenti produttivi. Un altro canale parzialmente sottovalutato ma che oggi si è imposto prepotentemente a causa della quarantena è l'e-commerce: considerata la







*Alfredo Morzillo* ha conseguito la Laurea Triennale in Commercio Estero e la Laurea Magistrale in Amministrazione, Finanza e Controllo presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, con tesi di laurea "Analisi dell'impatto ambientale delle imprese e CSR". Attualmente lavora nel Team Internazionalizzazione della SEF.

forte competitività e l'inclinazione dei consumatori verso le tecnologie informatiche, il commercio elettronico è diventata una scelta vincente per abbattere i costi e quantificare l'assorbimento dei mercati.

Le PMI che decidono di avvalersi di questo strumento godono di processi di sdoganamento semplificati che si traducono in una serie di opportunità di grande rilevanza. Eppure, allo stato attuale, sebbene la maggior parte delle piccole e medie imprese ricorra all'e-commerce per consolidare le esportazioni, oltre la metà trae dall'export digitale solo una quota marginale del fatturato conseguito all'estero. Questo perché chi realizza uno store online deve considerare una molteplicità di fattori come l'individuazione di piattaforme adeguate, la pianificazione di strategie di comunicazione e promozione, nonché la rimodulazione dell'organizzazione interna, sia in termini di competenze che di responsabilità. Per cogliere tutti i vantaggi dell'e-commerce, quindi, non bastano preparazione, abilità e propensione al cambiamento: un progetto che punta a coinvolgere il mercato internazionale deve dare priorità all'analisi dei paesi in cui distribuire il prodotto e al conseguente sviluppo di strategie di copertura appropriate.

Un'opportunità interessante per tutte le imprese che vogliono investire nell'internazionalizzazione è quella data dalle misure agevolative disponibili e, in particolar modo, quelle offerte dall'istituzione SIMEST che permette di beneficiare di tassi di interesse (quasi) prossimi allo zero. Oltre a questo, per coadiuvare le PMI italiane nello sviluppo di soluzioni relative al commercio elettronico, la SIMEST S.p.a. mette a disposizione un finanziamento a tasso agevolato che va a coprire fino al 100% delle spese preventivate, compresa la creazione e la gestione di marketplace. Imparare a sfruttare le opportunità del commercio elettronico è oggi di fondamentale importanza per un'azienda di piccole o medie dimensioni in quanto l'e-commerce ha ridefinito il mercato con chiari vantaggi per la redditività residua possibile, anche in tempi di Covid-19.

*Claudia Giaquinto* dopo aver conseguito la laurea magistrale in Scienze delle Pubbliche Amministrazioni presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II, ha preso parte al Master di II livello in Amministrazione e Governo del territorio alla LUISS Guido Carli. Attualmente lavora nel Team Internazionalizzazione della SEF.

Internazionalizzazione | 3

## INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA: COS'È?



**VELIA  
CAPPABIANCA**

L' internazionalizzazione d'impresa, così come la definisce l'enciclopedia Treccani, è “un processo derivante dallo svolgimento di una (o più) delle attività che ne caratterizzano il funzionamento lungo una dimensione che coinvolge diversi Stati-nazione”. In altre parole, le imprese instaurano rapporti con aziende, utenti finali e istituzioni operanti su territori stranieri allo scopo di vendere, produrre, acquistare o semplicemente trovare nuove fonti di finanziamento accessibili. Oggi tale concetto appare ‘superato’ in quanto è necessario re-immaginare l'internazionalizzazione come una hub in cui si condividono idee, best practices, competenze e conoscenze e la cui contaminazione sviluppa concretezza e innovazione. Tutto in linea con Industria 4.0, quarta rivoluzione industriale, che rappresenta una delle maggiori sfide del nostro tempo; rivoluzione non solo “tecnologica” ma anche organizzativa, strategica e culturale. Vincere la sfida vuol dire non solo integrare all'interno delle organizzazioni alcune applicazioni finalizzate ad avere processi più efficienti, produttivi e agili, ma creare valore aggiunto necessario alla crescita dimensionale, a livello internazionale. In particolare, si enfatizza il ruolo dell'Information and Communication Technology per aumentare la quota dell'export. Sembra, infatti, che esista una relazione positiva tra l'incremento del fatturato estero e la gestione di un marketplace o piattaforma propria, tramite canali web. L'uso delle ICT può rompere alcune barriere all'ingresso tipiche per le PMI quando decidono di entrare in un nuovo mercato e le piattaforme cloud possono facilitare le interazioni fra aziende, lo sviluppo di network e alleanze cross border, la condivisione di idee in-

novative. Di certo le piccole e medie imprese che costituiscono il tessuto produttivo di riferimento dell'Italia restano al centro della strategia di sviluppo ma la rivoluzione a cui stiamo assistendo sarà regolata da una stretta interconnessione tra industrie produttive, imprese di servizi, organizzazioni pubbliche, macchine e persone oltre i confini fisici di ciascuna realtà imprenditoriale e oltre quelli politici di qualsiasi Stato. Tale modello, lanciato dal governo giapponese con il nome di *connected industries*, implica la condivisione delle informazioni sulle rispettive produzioni, velocizzando strutture aziendali ancora poco propense alla flessibilità attraverso un pieno utilizzo delle innovazioni tecnologiche. In questa direzione ci ritorna alla mente un altro utile strumento, ovvero il ‘contratto di rete’, che ha consentito, nel rispetto dell'autonomia imprenditoriale, di accelerare i processi aggregativi, incrementando al contempo la capacità innovativa e la competitività degli attori coinvolti. Possiamo quindi considerarlo come un antesignano del modello giapponese, rappresentando già negli anni addietro una straordinaria opportunità: l'occasione di ridefinire le strutture imprenditoriali e il modo di fare business di un sistema in via di perfezionamento, ma già predisposto ai legami interaziendali.

*Velia Cappabianca*, laurea in Scienze internazionali e diplomatiche conseguita all'Università Orientale di Napoli, ha iniziato il suo percorso professionale a Buenos Aires occupandosi di promozione, comunicazione e partnership economiche. Attualmente lavora nel Team Progettazione della SEF.

Internazionalizzazione | 4

# SVIZZERA

## PORTO SICURO PER IL NOSTRO EXPORT



**FABRIZIO  
MACRÌ**

**I**l mercato svizzero è tornato ad essere nel 2019 il quarto mercato di destinazione delle esportazioni italiane. Il paese rappresenta per l'Italia e le aziende esportatrici un piccolo ma solido punto di riferimento: le ragioni del successo degli scambi bilaterali sono molteplici. Il valore del nostro export in Svizzera, complice anche l'apprezzamento del Franco svizzero di circa il 5% rispetto al 2018, ha raggiunto già a novembre 2019 una quota di 24,1 miliardi di Euro, a fronte dei 20,7 Miliardi del 2018, facendo così registrare un aumento del 16,4% sul valore dell'anno precedente. La moda ed in particolare il settore degli accessori, la metallurgia di base, la farmaceutica (di cui l'Italia è il secondo produttore d'Europa, proprio dietro alla Svizzera) e l'agroalimentare registrano una crescita esponenziale.

L'Italia si conferma, inoltre, importante fornitore di media ed alta tecnologia per il mercato elvetico. La nostra manifattura infatti trova nei cluster elvetici del medicale, delle macchine industriali e della farmaceutica un grande settore di appli-

cazione per la propria componentistica e per le proprie lavorazioni meccaniche.

Dopo la prima grande svalutazione dell'Euro nei confronti del Franco, che nel 2015 perse improvvisamente il 20% del suo valore sulla moneta svizzera, la specializzazione produttiva delle nostre esportazioni è mutata a favore delle produzioni a maggiore intensità tecnologica e forneni valore aggiunto. Successivamente alla fase di riorganizzazione dell'industria svizzera, che subì una consistente perdita di competitività, e quindi paradossalmente rallentò gli acquisti di prodotti italiani, il nostro export nel biennio 2017-2018 ripartì facendo registrare forti progressi verso settori come l'elettromeccanica e la farmaceutica, dei quali la Svizzera si annovera tra i maggiori esportatori al mondo.

Ad eccezione dei settori della moda e dell'agroalimentare, l'Italia esporta in Svizzera ciò che gli svizzeri esportano a livello internazionale: i nostri prodotti, componenti e le nostre lavorazioni contribuiscono all'assemblaggio di prodotti tecnologici e competitivi targati Made in Switzerland.

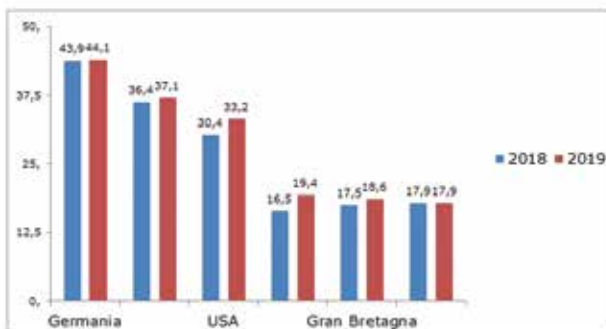


Tabella 1 – Export italiano per maggiori mercati 2018-2019, gen-set, Mld di Euro. Fonte: ISTAT

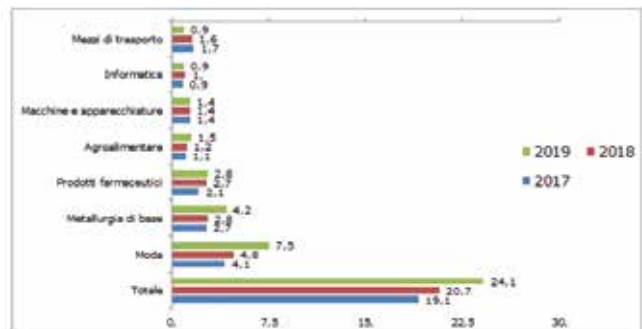


Tabella 2 – Export italiano in Svizzera 2017-2019, gen-nov, Mld di Euro. Fonte: ISTAT





Questo garantisce al nostro paese un margine di sicurezza e ci consente di ridurre i rischi legati al progressivo apprezzamento del Franco, poiché la domanda mondiale di prodotti finiti esportati dalla Svizzera è meno elastica nei prezzi rispetto a quella dei beni di consumo. Tecnologia, qualità, affidabilità e servizio al cliente assicurano alla Svizzera un vantaggio competitivo di cui indirettamente, in quanto fornitori di quegli stessi settori, beneficiamo anche noi.

La Svizzera, con il suo quadro economico stabile, al di là dell'emergenza Covid-19, ha garantito un periodo di crescita ininterrotta a partire dalla crisi del 2009 (+ 1,5 con la previsione di crescita del PIL nel 2020), mantenendo tassi di disoccupazione appena al di sopra del tasso di disoccupazione naturale (2,3% nel 2019 e nel 2020) e una domanda in moderata ma costante aumento (+1,1 la previsione di crescita dei consumi, + 0,6 quella degli investimenti e + 1,7 quella delle importazioni). Il paese rappresenta per l'Italia e le aziende esportatrici un piccolo ma solido punto di riferimento.

Le ragioni del successo degli scambi bilaterali sono molteplici: l'alta presenza di connazionali che, specie nel settore dei beni di consumo, influenza le tendenze di acquisto; la dimensione d'impresa molto simile, in quanto anche la Svizzera è un paese di micro e piccole imprese familiari; la vocazione produttiva del nostro Paese e la vocazione all'internazionalizzazione della Svizzera, che la rendono una naturale piattaforma di espansione internazionale per le nostre PMI più dinamiche e strutturate. Sebbene la Confederazione resti un mercato interessante per le esportazioni di certi beni di consumo, ovvero quelli strettamente legati allo stile di vita italiano come

la moda e l'agroalimentare, il futuro degli scambi tra i due paesi avverrà con ogni probabilità sul fronte dell'innovazione tecnologica.

Se l'Italia ambisce a fornire concrete opportunità di crescita ai suoi laureati in materie tecniche e scientifiche, e se non ha intenzione di competere con i Paesi della manodopera a basso costo, deve continuare a progredire nella catena del valore per quanto riguarda le sue forniture internazionali. Con le sue multinazionali, il suo mercato dei capitali di rischio (quasi doppio rispetto al nostro, con circa 2 Mld di Franchi nel 2019) e la sua industria altamente tecnologica, la Svizzera rappresenta un'opportunità importante e vicina sia per attirare investimenti finanziari sulle nostre start-up innovative, che per favorire l'integrazione della nostra innovazione tecnologica all'interno del suo apparato industriale. Essendo un paese in cui la manodopera ha un costo elevatissimo, la Svizzera ha bisogno di costanti iniezioni d'innovazione nel suo già avanzato apparato produttivo per poter competere. I paesi che sapranno essere fonte di innovazione tecnologica saranno vincenti in futuro.

*Fabrizio Macrì*, Direttore della Camera di Commercio Italiana per la Svizzera dal 2012, autore di un libro (Oltrefrontiera, Caosfera-2011), pubblicazioni e articoli, appassionato di Geopolitica, Economia politica e Relazioni internazionali. Lavora dal 2007 presso la Camera di Commercio Italiana per la Svizzera. È attualmente impegnato in un Executive MBA che terminerà ad Ottobre 2020 presso l'Università di Scienze Applicate dei Grigioni in Svizzera.



Internazionalizzazione | 5

# CINA

## UN'INTERVISTA AD ANNE-MARIE BRUYAS

a cura di Alessandro Canzian



**ANNE-MARIE  
BRUYAS**

*Quali sono le sfide per l'ecosistema italiano della ricerca e dell'innovazione in Cina?*

La Cina è un paese estremamente interessante nell'ambito della ricerca la seconda economia al mondo, e investe molto in R&S (2,18% del PIL nel 2018) perché la sua politica di sviluppo si basa molto sull'innovazione per la competitività e il miglioramento della qualità di vita. Questo in tutti gli ambiti: la modernizzazione dell'industria, lo sviluppo di tecnologie pulite e delle energie rinnovabili, il rinnovamento delle aree urbane e di tutte le infrastrutture che la compongono, e sicuramente non per ultimo il miglioramento del sistema sanitario ancor più all'indomani della pandemia. La Cina ha soprattutto fatto passi da giganti nel settore digitale, mettendo la tecnologia a supporto delle sue ambizioni.

In tutti questi settori, la Cina è passata in questi anni da una posizione di acquirente a quello di sviluppatore. Per questi motivi la Cina è senza dubbio un paese prioritario per l'Italia, come lo testimonia la presenza nel paese di cinque sedi consolari e tre Addetti Scientifici. Non a caso l'Italia ha aderito l'anno scorso alla strategia OBOR perché ne rappresenta un terminale in Europa, e direi che anche la Campania – al centro del Mediterraneo – può giocare un ruolo importante, non solo verso la Cina ma anche verso tutti i paesi della nuova via della seta, che possono essere nel futuro nuovi partner commerciali. Oggi ci sono grandi opportunità per i nostri centri di ricerca, per le università o le imprese innovative nella collaborazione con la Cina, perché c'è una grande richiesta di innovazione.

*In che modo Città della Scienza aiuta i processi di internazionalizzazione?*

Il nostro lavoro come CDS è quello di favorire il networking e il matchmaking tra ricercatori e

imprenditori, italiani e cinesi. Per questo da più di dieci anni oramai coordiniamo per conto del MIUR a livello nazionale, e per conto della Regione Campania a livello regionale, un programma di internazionalizzazione dei sistemi ricerca-innovazione. Si tratta di una piattaforma di lavoro che mette in contatto ricercatori, accademici e imprenditori nei settori più rilevanti per l'economia, che guarda ai nostri punti di forza e alle nostre peculiarità in termini culturali ed innovativi. Registriamo da parte cinese un alto apprezzamento della nostra azione, non solo come portatori di conoscenza ma anche di valori culturali che hanno radici profondissime. È quindi un rapporto di reciproco interesse. In Italia il nostro ruolo è di coordinare l'ecosistema della ricerca e dell'innovazione, quindi abbiamo un tavolo di coordinamento con il Ministero e con tutti gli enti di ricerca, il CNR in primis, le università, i Cluster tecnologici Nazionali e il mondo delle imprese innovative grazie al coinvolgimento di Confindustria. Alcuni di loro, ovviamente, come il CNR, l'INFN e l'ASI hanno rapporti consolidati e



programmi molto importanti da tempo con omologhi cinesi da molto tempo.

Sono dieci anni che CDS organizza la Settimana dell'Innovazione, che rappresenta ogni anno il momento saliente del programma. Viene organizzata alternativamente in Italia e in Cina. L'ultima edizione è stata a novembre scorso nelle città di Pechino e di Jinan alla presenza dei ministri alla ricerca e con la partecipazione di oltre 200 delegati italiani. In quell'occasione si sono firmati quindici nuovi accordi, tra enti di ricerca, università ed imprese italiane e cinesi. Accordi per sviluppare programmi di scambio accademico, progetti di ricerca congiunti, ma soprattutto per favorire nuove opportunità di partnership nella valorizzazione dei risultati della ricerca e nel trasferimento tecnologico. Tra questi c'è ad esempio la nascita del parco sino-italiano ad alto valore tecnologico a Jinan, che prevede spazi e infrastrutture per l'insediamento di laboratori congiunti o di imprese innovative italiane.

*Quale sarà l'impatto della pandemia da Covid-19 sul programma e in questo settore?*

Sicuramente nei prossimi mesi il programma cambierà modalità e le forme di networking e matchmaking dovranno evolversi su supporto digitale per tutto quello che è possibile, almeno nell'immediato. La pandemia ha avuto un forte impatto sull'interscambio commerciale in questa prima parte del 2020, meno ovviamente nel settore accademico e della ricerca. Stiamo attualmente effettuando un lavoro di follow-up con i principali beneficiari del programma e possiamo constatare che niente si è fermato, anche se sicuramente alcune attività come la mobilità degli studenti si sono interrotte. Le università hanno dovuto seguire con attenzione il rimpatrio di tanti giovani,

ma spesso si sono trovate la maggior parte del tempo soluzioni alternative per non interrompere la cooperazione, come la didattica a distanza o il posticipo delle attività lì dove era possibile.

I progetti di ricerca vanno avanti a distanza. C'è stato e c'è sempre un grande spirito di solidarietà tra le parti. Quello che è certo è che prevale una forte volontà di proseguire e di rafforzare la cooperazione, proprio in risposta all'emergenza sanitaria.

Più che mai la pandemia del Coronavirus, partita proprio dalla Cina, ci ha mostrato che la ricerca e il lavoro della comunità scientifica sono fondamentali per far fronte alle sfide globali e che questo lo possiamo fare solamente rafforzando la cooperazione internazionale. Sicuramente l'emergenza sanitaria che abbiamo vissuto e le sue implicazioni ci portano a ripensare il nostro modello economico e alle sue priorità. Bisogna quindi rafforzare la cooperazione per far fronte, tramite l'innovazione tecnologica, alle emergenze della salute pubblica, ai cambiamenti climatici e ad altre sfide legate alla salute e al benessere. Questi temi erano già presenti nelle strategie governative, ma non sempre ascoltati, che saranno invece le priorità del domani e dovranno essere al centro della nostra azione.

Nei prossimi mesi contiamo di valorizzare ancor di più la nostra piattaforma per promuovere la cooperazione internazionale e il trasferimento di risultati scientifici e tecnologici e fornire un impulso alla ripresa economica dopo l'epidemia, partendo proprio dalla ricerca e dall'innovazione.

*Anne-Marie Bruyas*, Master in Relazioni pubbliche dell'Ambiente dell'Università di Parigi VII, dal 2001 ricopre la funzione di Responsabile Ufficio Relazioni Internazionali della Città della Scienza di Napoli. Tra i suoi principali ambiti di attività ci sono i programmi comunitari R&D (1995-2019), l'internazionalizzazione della ricerca e dell'innovazione, la cooperazione nel Mediterraneo e Medioriente. La sua esperienza è consolidata ulteriormente da un forte bagaglio di competenze nel campo della comunicazione scientifica con la rete europea ECSITE degli science centres e per il coordinamento di numerosi programmi di outreach (mostre, eventi e programmi didattici) finalizzati a favorire il rapporto tra scienza e società e a coinvolgere i vari stakeholders (ricercatori, imprenditori, decisori politici, cittadini) nella valorizzazione della ricerca scientifica.



*Innovazione e ricerca | 1*

# LA RIS3 COME STRUMENTO-GUIDA PER LO SVILUPPO E L'INNOVAZIONE DELLE PMI CAMPANE



**CHIARA  
RAVIELE**

**I**n seguito alla grande recessione, la crisi mondiale verificatasi tra il 2007 e il 2013, l'economia globale ha subito importanti mutazioni. Allo stesso modo, il mondo dell'imprenditoria è cambiato radicalmente, diventando sempre più dinamico e complesso. Queste trasformazioni si sono mostrate particolarmente significative per la differenziazione aziendale, e hanno contribuito ad aumentare le complessità di adattamento – per aziende emergenti e non – ad un contesto progressivamente competitivo e dinamico. A livello imprenditoriale la sfida attuale è rappresentata dalle capacità di adattamento e differenziazione, che sono conseguibili all'interno del proprio business model accogliendo le possibilità offerte da un cambiamento rilevante.

Un elemento decisivo, in questo senso, è sicuramente rappresentato dalle nuove tecnologie e dal loro utilizzo strategico nel contesto aziendale, che diventa a sua volta motore di innovazione dal punto di vista gestionale, operativo e commerciale. È logico dedurre che alla base del progresso e della crescita delle economie moderne vi sia ciò che attualmente viene definita 'innovazione tecnologica', ovvero un miglioramento d'insieme delle conoscenze teoriche e pratiche interne ai processi di industrializzazione. La definizione del concetto stesso di innovazione ha attraversato varie fasi nel corso dei decenni del secolo scorso. In particolare, il lavoro di Joseph Schumpeter e la sua sua "Teoria dello sviluppo economico" (1911) ha rappresentato un contributo fondamentale per la classificazione delle forme di innovazione, proponendo di suddividerle come segue: innovazione di prodotto, di processo, di miglioramento di tecnologie preesistenti, e di introduzione ex novo

di prodotti o processi. Successive teorie e riformulazioni del pensiero dell'autore vennero riconosciute come neoschumpeteriane e videro l'innovazione come un fenomeno non più esogeno, ma endogeno all'impresa che, grazie ad attività di ricerca e sviluppo, riveste un ruolo attivo nel processo innovativo.

Tuttavia, la questione dell'innovazione non è più legata alla dimensione prettamente endogena, ma piuttosto a fattori esogeni come il contesto organizzativo e istituzionale all'interno del quale le aziende nascono e le prospettive di accesso a fondi di finanziamento. Di conseguenza il concetto attuale di innovazione è il risultato dell'interazione tra attività interne e stimoli esterni, e si può distinguere secondo due modelli principali: il primo è quello lineare, che definisce l'innovazione tecnologica come risultato di una serie di step (sviluppo, progettazione, produzione e commercializzazione); il secondo si definisce a catena ed è principalmente basato su feedback di mercato che, generando delle aspettative, indirizzano le imprese verso determinate linee di innovazione. Indipendentemente dal modello di innovazione applicato, all'interno della struttura aziendale la generazione e l'applicazione di innovazioni e tecnologie è preposta all'ambito della Ricerca e Sviluppo (R&S), la quale è appunto composta da due attività progettuali, entrambe fortemente vincolate dagli investimenti:

- Ricerca, in cui si valuta la possibilità di applicare ricerche teoriche alla pratica;
- Sviluppo, in cui si praticano attività tecnico-ingegneristiche volte alla produzione di test e prototipi.



La promozione dell'innovazione può quindi essere attuata agendo sia sulla programmazione strategica che sull'implementazione delle misure definite dall'attivazione di risorse necessarie, quali competenze tecniche, know how, capitali e agevolazioni per i soggetti imprenditoriali. Secondo i dati Eurostat riferiti al 2017, la spesa UE in R&S si assesterebbe attorno al 2,15% del PIL e, considerando l'obiettivo prefissato nel 2000 con l'Agenda di Lisbona (che vedeva un valore pari o superiore al 3%) emergono disparità nella spesa degli stati membri. L'Italia, infatti, con un +2,8% nel 2018 e un +0,8% nel 2019, è tra i paesi sviluppati che investono meno in R&S, contribuendo a rallentare il raggiungimento dell'obiettivo UE. Sulla base dell'ultimo report pubblicato dall'Istat relativo al periodo 2017-2019 emerge come, nonostante un lieve incremento (+2,7%) nel 2017 (per merito soprattutto delle imprese, con un aumento del 5,3%, e meno delle università, con lo 0,2%), il nostro Paese spenda ancora troppo poco in attività di R&S rispetto al altri Paesi europei sviluppati: i 23,8 miliardi di Euro spesi in R&S rappresentano solo l'1,38% del PIL italiano contro una media del 2,15% dell'Eurozona. In

Italia il 68% della spesa in R&S è principalmente ad opera delle regioni settentrionali – come Lombardia, Veneto, Piemonte e Emilia-Romagna – mentre per quanto riguarda il resto della penisola figura solo il Lazio. La situazione nel meridione è molto diversa: la spesa in R&S rappresenta solo lo 0,99% del PIL, un dato che evidenzia ancora una volta il divario Nord-Sud.

Esaminato alla luce di queste premesse, lo sviluppo economico delle regioni del Sud Italia appare ricco di potenzialità, ma è attualmente ostacolato da una carenza di infrastrutture, dall'inefficienza della pubblica amministrazione, dall'emigrazione dei giovani, dalla presenza di criminalità organizzata e dalla conseguente corruzione. La Campania, regione che risente particolarmente di tali problematiche, è andata incontro ad una lenta ripresa economica negli ultimi anni grazie all'industria e al turismo. È interessante notare come la regione fu la più industrializzata d'Italia fino agli inizi del '900, preceduta solamente dal triangolo industriale formato da Milano, Torino e Genova. La città metropolitana di Napoli e le province di Salerno e Caserta costituiscono aree particolarmente attive nel settore alimentare,



meccanico, manifatturiero, chimico e aerospaziale dell'industria odierna, specialmente se paragonate ad altre regioni meridionali.

Lo sviluppo delle aree più svantaggiate è stato recentemente incentivato e promosso dall'UE da fondi strutturali e di investimento, i quali ammontano ad un totale di 350 miliardi di Euro per il ciclo del 2014-2020 (con il 31 dicembre 2023 come termine ultimo di ammissibilità delle spese). In linea con la strategia Europa 2020, tali fondi si articolano in diversi gruppi:

- Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR), con focus su innovazione e ricerca a sostegno delle PMI;
- Fondo Sociale Europeo (FSE), focalizzato su inclusione sociale, istruzione, formazione e occupazione;
- Fondo di Coesione (FC), dedicato alla tutela ambientale;
- Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR);
- Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP).

Il FESR, l'FSE e il FC coincidono con l'obiettivo di incentivare investimenti a favore della crescita economica e dell'occupazione. A livello territoriale in merito sono stati elaborati diversi programmi operativi: europei (PO), nazionali (PON) e regionali (POR). La regione Campania, come il resto del Mezzogiorno, fa parte dell'Obiettivo Convergenza Europeo, che, con la messa a punto dei fondi sopracitati, mira a favorire la crescita economica della regione e a ridurre il divario in rapporto alle regioni più sviluppate. Per raggiungere questa serie di obiettivi è necessario avviare un processo innovatore, diffuso e generalizzato che contribuisca allo sviluppo competitivo della regione, contrastando le dinamiche proprie di un sistema scarsamente innovativo.

Negli ultimi anni è stata introdotta una strategia per lo sviluppo sostenibile e inclusivo in ambito regionale, fondata sull'integrazione del sistema dell'innovazione con quello produttivo-economico e socio-istituzionale, la RIS3 (Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation).

Questa nasce dal concetto europeo di Smart Specialisation Strategy (S3) e, come da documento, per il 2014-2020 riporta l'obiettivo primario di "trasformare il sistema regionale dell'innovazione da produttore di input per l'innovazione a generatore di modelli e processi in grado di favorire l'applicazione e la diffusione di innovazione per lo sviluppo socio-economico della Campania" (fonte: [Burc.regione.campania](http://Burc.regione.campania)). La RIS3 si fonda sull'individuazione, sul potenziamento e sullo sviluppo di domini tecnologici e specializzanti, particolarmente promettenti per il territorio, verso cui indirizzare le risorse disponibili, corrispondenti a circa 1,5 miliardi di euro nel periodo 2014-2020. La strategia si propone dunque come guida nella definizione delle azioni da implementare per il rafforzamento del sistema industriale esistente, e ambisce a incentivare la diffusione dell'innovazione tecnologica, favorire investimenti, e incoraggiare la nascita di start up in un contesto di crescita imprenditoriale di tipo inclusivo, dinamico e aperto.

L'analisi SWOT del contesto socio-economico campano e del suo posizionamento nel sistema della R&S offre una mappatura utile alla selezione delle priorità di azione della RIS3 e all'individuazione delle priorità di sviluppo tecnologico su cui concentrare interventi e risorse, favorendo così una crescita intelligente per poter attuare quei "cambiamenti del sistema in grado di superarne le debolezze e valorizzarne i punti di forza in un'ottica di perseguimento delle opportunità e mitigazione delle minacce" (RIS3, Capitolo III). Sulla base dell'analisi SWOT del contesto regionale, la RIS3 individua le priorità strategiche di intervento volte ad alimentare, valorizzare e diffondere le eccellenze nel campo dell'innovazione. Le aree di specializzazione in termini di R&S coincidono con i settori dei domini tecnologici menzionati in precedenza in relazione alla Campania:

- Aerospazio;
- Trasporti di superficie e logistica avanzata;
- Energia e ambiente;
- Smart technologies per i beni culturali, il turismo e l'edilizia sostenibile;
- Biotecnologie e salute dell'uomo;
- Nuovi materiali e nanotecnologie.

La selezione dei domini appena elencati è riconducibile a quei settori industriali che incidono più significativamente sullo sviluppo economico della regione. Tra i poli industriali campani si distin-

guono l'Alenia Aeronautica, la SEDA, la Kiton e la Starlet nell'industria aerospaziale, e la Firema di Caserta, la FMA di Pratola Serra (AV), i cantieri navali di Castellammare di Stabia e Napoli nel settore meccanico. Analizzando il contesto socio-economico campano si evidenzia inoltre una discreta densità manifatturiera nel tessuto produttivo; la presenza di grandi imprese operanti nel mercato internazionale e di meta-organizzatori (DAT, APP, LPP) in grado di coordinare attività di cooperazione tra imprese e OdR; la crescita di export in nicchie tecnologiche di eccellenza come aerospazio, automotive e biotecnologie; un'alta concentrazione di laureati e ricercatori tecnico-scientifici; e infine il valore del suo patrimonio culturale, di indubbia rilevanza nazionale. I principali punti di debolezza, invece, sono rappresentati dalla frammentazione eccessiva del tessuto imprenditoriale; dalla scarsa presenza di PMI innovative e dal sottoutilizzo di capitale umano altamente qualificato; e dalla scarsa propensione alla competitività internazionale e alla spesa per attività di R&S.

La RIS3 Campania affronta direttamente questi risultati, trasformando le minacce in opportunità e valorizzando i punti di forza della regione insieme al suo potenziale di innovazione. Al contempo, la strategia propone una crescita intelligente e sostenibile, fondata sulla consapevolezza e sull'apertura alla collaborazione tra i diversi attori – come PMI, Organismi di Ricerca e Istituzioni. Attraverso un processo evolutivo di dimensioni socio-economiche variabili, la RIS3 è sintetizzabile in cinque Priorità di Azione fondamentali: la qualificazione e valorizzazione delle risorse, degli attori e i processi di innovazione; l'attivazione e il supporto dei processi di creazione e sviluppo di nuove imprese; il rafforzamento della cooperazione extra-regionale; l'impiego delle TIC sia come risorsa per lo sviluppo socio-economico che come fattore di competitività; e l'orientamento delle attività di R&S verso l'evoluzione del sistema di innovazione regionale, trasformandolo da “produttore di input per l'innovazione” a “sistema generatore di modelli e processi per favorire l'applicazione e la diffusione dell'innovazione”. Modificando l'intero sistema socio-economico regionale, la RIS3 orienta la Campania verso modelli di collaborazione proattiva tra imprese, Organismi di Ricerca e Istituzioni, e permette alla Regione di generare valore a partire dall'innovazione, riqualificando il tessuto produttivo e socio-economico dell'intero territorio.

Chiara Raviele, laureata in *Global Economy and Business* presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, ha discusso la propria tesi di laurea in *Economia Agroalimentare analizzando*, attraverso il modello IAD (Institutional Analysis and Development), il ruolo delle indicazioni geografiche nelle aree rurali marginali, focalizzando la propria indagine nell'area dell'Alto Casertano e, nello specifico, sul caso dell'olio extra vergine d'oliva “Terre del Matese”. Attualmente è parte del team di progettazione della SEF e si occupa, per le aziende clienti, della stesura di piani d'impresa per l'accesso alle agevolazioni a livello di misure regionali, nazionali ed europee.



Innovazione e ricerca | 2

# IL TURISMO DI PROSSIMITÀ

## OPPORTUNITÀ TRA INNOVAZIONE E RILANCIO



**COSIMO  
POSSEMATO**

**L**a diffusione del Covid-19 ha avuto ripercussioni sull'economia mondiale portando alla crescita della disoccupazione in tutti i settori economici e stravolgendo abitudini consolidate. Di conseguenza intere nazioni si sono trovate paralizzate e si sono create situazioni di incertezza per quanto riguarda l'economia, il futuro e la salute.

Il blocco della mobilità internazionale e interregionale durato quasi tre mesi è già costato all'industria del turismo italiano la perdita complessiva (fra italiani e stranieri) di 29,4 milioni di turisti, pari al 23% del totale annuo. Tradotto in presenze si tratta di 81 milioni di pernottamenti (18,5% del totale è quanto emerge da un dossier della Rur, la Rete Urbana delle Rappresentanze-Urban Research Institute, think tank a cui aderiscono importanti imprese e organismi istituzionali). In Italia gli stranieri rappresentano la metà della domanda turistica: nel 2019 sono stati 64,5 milioni gli arrivi, pari al 49,5% del totale, e 220 milioni i pernottamenti, pari al 50,6% del totale. La drastica riduzione del turismo proveniente dall'estero ha intaccato pesantemente l'ingente volume di spesa che i viaggiatori stranieri solitamente effettuano in Italia, che nel 2019 era pari a 44 miliardi di euro. Considerando la situazione dei Paesi di origine, che tiene lontani i flussi intercontinentali (specie da Stati Uniti e Cina) e rende incerti quelli europei, si stima una caduta del 64% della spesa complessiva dei viaggiatori stranieri su base annua, pari a una perdita prevedibile di 28 miliardi di euro, di cui 10 già evaporati durante il lockdown.

In primo luogo sarebbe utile agire per recuperare almeno parte degli arrivi dai paesi europei più vicini, considerando che la sola Germania contri-

buisce al 27,1% delle presenze straniere, seguita da Francia (6,6%), Regno Unito (6,5%), Paesi Bassi (5,1%), Svizzera (4,9%) e Austria (4,4%). Questi sei paesi europei totalizzano il 54,5% delle presenze e sono a una ragionevole distanza da percorrere in treno o in auto. A controbilanciare l'andamento calante dei flussi stranieri può venire in soccorso la domanda interna e recuperare una quota di viaggiatori che, in passato, trascorrevano le proprie vacanze all'estero, i quali avevano speso 27 miliardi di euro nel 2019. Anche in questo caso molto dipende dalle disponibilità economiche e dalle scelte delle famiglie, alla luce del fatto che il 42,1% della spesa proviene da viaggiatori del Nord Ovest e in particolare dai residenti in Lombardia (30,3% della spesa totale all'estero del 2019), il 22,5% dal Nord Est, il 20,6% dall'Italia Centrale (in particolare Roma e Lazio 12,5%) e per il 14,8% dal Mezzogiorno. Nel complesso, il valore aggiunto diretto del turismo (pari al 6%) potrebbe ridursi notevolmente nel corso del 2020, con una perdita fra il 3,5 e 4% del PIL. Il Decreto Legge Rilancio punta sul sostegno alla domanda per le famiglie a reddito medio-basso, attraverso un 'tax credit vacanze', il cui costo (previsto di 1,7 miliardi di euro per il 2020) rappresenta il 76% degli oneri per gli interventi di sostegno al settore per questa annualità.

Sono diverse le previsioni relative al momento in cui si tornerà alla normalità e si potrà viaggiare, anche oltre confine senza vincoli. Tuttavia, sulla base dei dati attuali, la situazione rimane incerta. Ciò non toglie che il Governo, Enti e operatori del settore turistico siano alla ricerca di soluzioni che possano salvaguardare la salute dei cittadini e prevenano il collasso del settore. Tra le varie soluzioni si è fatto strada il cosiddetto 'turismo di



prossimità' che, oltre a proteggere la buona condizione fisica degli italiani, aiuta l'economia del nostro Paese attraverso una modalità di esplorazione che segue i principi del 'turismo lento', incoraggiando gli spostamenti verso mete vicine a casa e, possibilmente, poco affollate.

*“Nell'immediato bisogna promuovere le aree dove è più facile la vacanza all'aria aperta, con basso affollamento e prevalente residenzialità diffusa come borghi e piccoli comuni, di collina e delle aree interne, di montagna o anche marinari. È poi utile puntare sulla riqualificazione dell'offerta ricettiva, con un eco bonus del 100% per la ristrutturazione sostenibile di alberghi e villaggi turistici nel senso del risparmio energetico, della qualità edilizia e tecnologica, degli arredi e della dotazione di servizi. Infine, è importante poter governare la dimensione digitale oggi decisiva per il turismo, con una piattaforma che raccordi i molteplici portali territoriali o settoriali ora frammentati e dispersi nella grande nuvola di internet.”* (Giuseppe Roma, sociologo, fondatore e Presidente della Rur, Rete Urbana delle Rappresentanze-Urban Research Institute).

Agendo in un'ottica di turismo di prossimità, la società Finservice Srl, che opera nell'ambito dell'organizzazione, la gestione, il coordinamento e la fornitura di servizi ad imprese e enti pubblici e privati, intende realizzare un progetto di valorizzazione culturale del patrimonio naturale, storico, architettonico ed artistico del territorio campano e, al contempo, in grado di accrescere ed innovare le modalità e gli strumenti di condivisione e di accessibilità delle informazioni e della cultura.

Lo scopo della società è quello di ideare e sviluppare sistemi integrati creando connessioni, sia in maniera diretta che attraverso collaborazioni, con persone e organizzazioni nazionali e internazionali per favorire lo sviluppo imprenditoriale e del territorio di riferimento, supportando le piccole e medie imprese nella creazione di valore aggiunto, assistendo gli attori coinvolti nelle fasi di organizzazione e gestione dei processi aziendali.

Alla luce di quanto sopra esposto Finservice si prefigge l'obiettivo di affiancare e supportare il rilancio e lo sviluppo del settore turistico a partire dalla digitalizzazione delle informazioni attraverso il web e le app, incoraggiando la fruizione in sicurezza delle bellezze del territorio campano grazie all'introduzione nuovi servizi. Gli obiettivi di Finservice hanno le seguenti finalità:

- Incentivare il turismo in Campania e il turismo post Covid-19;
- Assistere i turisti nella ricerca di informazioni sulla sicurezza dei luoghi;
- Fornire informazioni su luoghi minori, poco conosciuti e frequentati, del territorio campano;
- Fornire un supporto agli operatori del settore nella gestione dei flussi turistici.

Tali obiettivi verranno realizzati attraverso la creazione di una piattaforma che fungerà da portale informativo, collegata a un app scaricabile sia per dispositivi Android che IOS.

L'obiettivo specifico è quello di affiancare e supportare in maniera del tutto innovativa il settore turistico, incentivando il turismo regionale attraverso la conoscenza e la fruizione di luoghi 'minori', offrendo assistenza ai turisti nella ricerca di informazioni sulla sicurezza. La società si pone anche come supporto agli operatori del settore aiutandoli nella gestione dei flussi turistici: il progetto 'stay safe', infatti, si rivolge a tutto il comparto turistico coinvolgendo alberghi, ristoranti, attività commerciali e centri ritrovo, nonché enti comunali, provinciali e regionali. I prodotti-servizi offerti dalla Finservice sono riconducibili a:

- *Piattaforma Basic* (Info turistiche in collaborazione con la Fondazione IDIS – Città della Scienza, Info sicurezza; Comunicazione; Canale Commerciale);
- *Protocollo Sicurezza* (Sviluppato con DNV GL Italia);
- *Sviluppo dell'App*.

Il Servizio Piattaforma e il prodotto-servizio Protocollo Sicurezza sono rivolti principalmente ai c.d. clienti business, in particolare a Ho.re.ca (hotel, alberghi, B&B, ristoranti, agriturismi, altre strutture ricettive) e ad Enti statali, regionali, provinciali e comunali (parchi naturali e archeologici, musei, monumenti). Il prodotto-servizio App si rivolge a target group di utenti specifici, ovvero i turisti residenti in Campania e nelle regioni limitrofe, i turisti digitali e gli studenti.



Le caratteristiche e funzionalità del *Sevizio Piatforma* sono:

- *Informazioni turistiche e culturali*: disponibili nell'immediato e aggiornate a cadenza settimanale sulle nuove possibili mete;
- *Assistenza e sponsorizzazioni*: i c.d. 'utenti business' avranno la possibilità di poter comunicare con i c.d. 'user finali' clienti e fruitori dell'App, offrendo così assistenza e informazioni direttamente attraverso la chat dedicata. Contestualmente si offre ai clienti la possibilità di prenotare i servizi offerti dal luogo e/o dal locale prescelto e di potersi organizzare e rispondere tempestivamente alle richieste. I clienti business, inoltre, avranno la possibilità di avere una maggiore visibilità attraverso i canali definiti dalla proponente;
- *Sicurezza e salubrità dei luoghi e dei locali*: la proponente offrirà informazioni in merito a chi ha già adottato le misure di sicurezza nazionali e regionali nel territorio prescelto, illustrando tutte le caratteristiche e i dispositivi che ogni

singolo luogo e/o locale ha adottato. Contestualmente, per i clienti business sarà possibile acquistare il servizio della proponente (sviluppato in collaborazione con DNV GL Italia per adeguarsi al protocollo sicurezza) che permette di ricevere attraverso un servizio di newsletter e notifiche eventuali nuove disposizioni in materia di sicurezza provenienti dal Governo Nazionale e dalla Regione Campania.

- *Comunicazione e Marketing*: i beneficiari possono usufruire di una serie di servizi e agevolazioni riguardanti la possibilità di avere una maggiore visibilità, sia termini di marketing e comunicazione, sia attraverso la sponsorizzazione offerta all'interno dei contesti territoriali di riferimento. La visibilità è inoltre rafforzata dalla possibilità per le piattaforme legate all'App di diventare un volano economico diretto degli attori territoriali. Come illustrato di seguito, l'App potrebbe incentivare i consumatori finali ad usufruire delle funzionalità e degli sconti a loro riservati, ponendo in contatto ospite e ospitante.



L'App è rivolta principalmente ai consumatori finali (turisti) ed è prevista in 3 lingue (italiano, inglese e spagnolo). Fornirà informazioni turistiche e sui luoghi salubri, e disporrà di varie tipologie di servizi digitali, quali una chat, un sistema di prenotazione, un forum con informative e recensioni. Saranno inoltre presenti giochi di tipo quiz, in cui verranno predisposte domande a risposta multipla sulle caratteristiche storiche e artistiche del territorio campano: per cui ad ogni risposta esatta verranno assegnati dei crediti che l'utente potrà utilizzare per usufruire di sconti per ingressi a musei, palazzi storici e parchi, fornendo così un incentivo importante.

La Finservice intende proporre una soluzione che soddisfi due necessità fondamentali: da una parte la sicurezza sanitaria e la gestione della Fase 2, dall'altra la volontà di valorizzare e preservare il patrimonio naturale, storico e culturale regionale attraverso la riscoperta di luoghi poco conosciuti. Grazie al turismo di prossimità, infatti, verranno privilegiate mete poco affollate o minori: l'impatto socio-economico e culturale che ne deriva è dunque connesso alla ripresa, alla crescita dell'economia regionale e al rafforzamento dell'identità

territoriale e culturale. Il recupero del patrimonio culturale, naturale e architettonico attraverso cui promuovere efficacemente l'immagine turistica regionale riveste un ruolo significativo nello sviluppo un senso di appartenenza comune che possa beneficiare tutti gli attori del territorio, dagli stakeholders ai cittadini residenti. Obiettivo ultimo è dunque l'attivazione di un circolo virtuoso che, supportato dal monitoraggio sanitario, contribuisca a sviluppare una forma di turismo di prossimità volto a privilegiare e promuovere le località minori, a incrementare gli arrivi, sostenere l'economia locale e favorire la ripresa delle attività culturali, ricettive e commerciali.

*Cosimo Possemato* ha conseguito *MSc degree in Finance and Accounting, Corporate Finance Management* presso l'Università degli Studi del Sannio, Benevento e presso la WSB University in Gdansk, Polonia. Attualmente è un consulente finanziario e progettista presso la SEF dove elabora le richieste e idee progettuali nonché la profilazione e gestione dei partner commerciali e partnership strategiche.





Innovazione e ricerca | 3

# AGRICOLTURA, TECNOLOGIA E PARADIGMA SOCIO-ECONOMICO

## UNA TRASFORMAZIONE SOSTENIBILE E NECESSARIA



ALEX  
GIORDANO

**È** ormai chiaro che l'impatto delle nuove tecnologie e della digitalizzazione sull'agricoltura vada oltre la produzione primaria e stia influenzando l'intera catena di approvvigionamento alimentare. Le nuove possibilità di digitalizzazione forniscono approfondimenti predittivi nelle operazioni agricole, guidano decisioni operative in tempo reale e riprogettano i processi aziendali per nuovi modelli di business. È in corso un processo di innovazione complesso dal punto di vista tecnologico e soprattutto dal punto di vista socio-economico: le tecnologie 4.0, infatti, sono strumenti potenti che, inserite in determinati contesti produttivi, organizzativi e sociali, ne modificano gli equilibri e ne potenziano o depotenziano le dinamiche. A fronte di questo grande potenziale è importante riconoscere che, ad oggi, l'applicazione delle tecnologie 4.0 ha come effetto quello di rafforzare tutte le logiche e le modalità produttive dell'agricoltura convenzionale e del sistema della GDO. Il 4.0, dunque, richiede un'accurata valutazione delle tante sfide che si aprono:

- le condizioni infrastrutturali necessarie per agevolare non solo gli imprenditori agricoli più grandi ma anche le realtà più piccole delle aree interne;
- l'alfabetizzazione digitale che è necessaria prima di tutto per scegliere tra l'offerta di nuove tecnologie e poi per un uso adeguato;
- la ricombinazione degli interessi e delle forze in gioco che questi sistemi possono portare, generando per esempio nuove forme di dipendenza degli agricoltori da coloro che producono le tecnologie;
- il rafforzamento economico e il potere negoziale dei grandi attori della filiera, i quali

sono posizionati in ogni anello della catena del valore e scelgono per tutti, generando disuguaglianze socio-economiche ed esternalità negative invece di utilizzare le nuove tecnologie per ridurle. Si pensi alla relazione di forza che agisce la GDO nei confronti di tutta la filiera, arrivando a modificare profondamente i gusti dei consumatori con un effetto sulla riduzione della biodiversità, il movimento delle merci e, non ultimo, il trattamento dei lavoratori delle campagne.

L'innovazione tecnologica in agricoltura, ad oggi, non sta portando evidenti effetti benefici sull'am-



biente né tantomeno a livello sociale ed economico; al contrario, sta creando grosse difficoltà ai piccoli produttori con conseguente aumento della povertà, soprattutto in alcuni Paesi. Per questo motivo una parte degli agricoltori nel mondo contrasta le tecnologie e gli input in agricoltura. Ma le tecnologie non sono per forza alleate dell'inquinamento e delle disuguaglianze sociali. È possibile, infatti, un modello alternativo che rimetta al centro i prodotti e le persone: un'idea di Rural Social Innovation che tenga insieme People, Planet e Profit producendo esternalità positive su agricoltura, ambiente, alimentazione, salute ed economia<sup>1</sup>.

Per questo, però, servono applicazioni aperte e una ricerca che sviluppi soluzioni non calate dall'alto e che ambisca a creare un dialogo continuo tra diversi attori: scienziati, agricoltori, politici, accademici e anche cittadini. Sulla base delle analisi e delle esperienze svolte fino a qui possiamo affermare l'esistenza di alcune condizioni che possano favorire la trasformazione delle tecnologie in strumenti utili ai processi di innovazione sociale con impatti positivi sull'ambiente e l'economia:

*La prima è il cambio di paradigma socio-economico nel quale si torni a dare valore ai prodotti, alle persone (agricoltori e braccianti), all'ambiente e alle comunità, intese come spazi di opportunità sia come comunità territoriali che come comunità di interesse<sup>2</sup>;*

*La seconda è la creazione di connessioni tra le innovazioni sostenibili. Il 4.0 si deve combinare con tutte le altre soluzioni di agricoltura sostenibile più semplici o a bassa o nulla tecnologia. Nella fretta di abbracciare l'agro-tecnologia intelligente, non dobbiamo rischiare di dimenticare la più ampia rete di altre innovazioni che svolgono un ruolo importante. Dobbiamo garantire che il concetto di *innovazione sostenibile* non sia collegato esclusivamente alle grandi tecnologie intelligenti emergenti;*

*La terza riguarda la necessità di facilitare l'incontro tra diversi saperi. L'esperienza realizzata sul campo ci rafforza nell'idea che la creazione di ponti tra tradizione, innovazione, discipline, saperi, attori sia una via adeguata all'ideazione di percorsi e soluzioni non convenzionali e più sostenibili.*

Covid docet!

Note al testo

- <sup>1</sup> *Manifesto della Rural Social Innovation.*
- <sup>2</sup> Manzini E., *Politiche del quotidiano*, Edizioni di Comunità, Torino 2018, p. 41: “Le nuove comunità vanno viste come un intreccio di conversazioni cui le persone partecipano in modo diversi, scegliendo dove, come e per quanto tempo allocarvi le proprie risorse (di attenzione, competenze, disponibilità relazionale). Il loro primo carattere distintivo rispetto alle comunità premoderne sta nel fatto che i legami che vi si intessono sono il risultato di una scelta. Stiamo parlando di comunità intenzionali”.

Alex Giordano, pioniere della rete in Italia, mediattivista, connesso ad internet Din dalla fine degli anni '80. È stato ideatore e co-fondatore di *Ninja Marketing*. Attualmente è considerato uno dei principali esperti italiani di *Social Innovation* e *Digital Transformation*. Consulente su temi della trasformazione digitale di brand del calibro di: TIM, Google, Chicco, Tiscali, MTV, Diesel, Fiat e molti altri. Ha insegnato in diverse università italiane e straniere (IULM di Milano, La Sapienza di Roma, Università e CPO di Urbino, CBS di Copenaghen), attualmente è docente di Marketing e Trasformazione Digitale 4.0 presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università Federico II di Napoli ed è responsabile scientifico del progetto Societing 4.0, un programma di ricerca/azione che punta a sviluppare un modello di innovazione “mediterraneo”.





Innovazione e ricerca | 4

# AGRICOLTURA MULTIFUNZIONALE E PATRIMONIO ENOGASTRONOMICICO

## IL DECOLLO PARTE DALLA TERRA



PASQUALE  
CARLO

L'emergenza Covid induce sempre più a considerare il cibo – elemento distintivo delle società – veicolo di valori identitari. Diventa così centrale il legame tra produzioni e territorio: non solo garanzia di qualità, tracciabile attraverso le Denominazioni, ma anche immenso patrimonio di storia, tradizioni, gesti. L'agricoltura assume così anche il ruolo di promotore della cultura e delle tradizioni popolari di cui il prodotto tipico è espressione e, al tempo stesso, trasforma gli operatori del settore in sentinelle poste a difesa dell'ambiente e del paesaggio. In questo nuovo contesto l'agricoltura diventa multifunzionale, fulcro di processi virtuosi capaci di creare nuovi posti lavoro, trasformando il secolare rapporto tra luoghi e abitanti in fonte primaria di turismo.

Bellezze naturali e territorio tutelato rappresentano oggi per gli italiani la prima motivazione di viaggio. Il virus ha ulteriormente accelerato questo processo. Le vacanze 2020, che per la maggioranza degli italiani sono state di prossimità, per la prima volta hanno favorito con forza anche le oltre 24mila aziende agrituristiche sparse per la Penisola, spesso situate in luoghi isolati delle zone interne. Parliamo di strutture basate quasi sempre sulla gestione familiare, attive in un contesto in cui risulta più facile garantire il rispetto delle misure di sicurezza. Tutto questo ha ulteriormente stimolato la tendenza alla riscoperta di un patrimonio enogastronomico che non ha rivali al mondo. Il cibo e il vino, attesta Coldiretti, sono diventati il vero valore aggiunto di queste vacanze Made in Italy, con circa un terzo del budget destinato proprio all'alimentazione, per consumi al ristorante o acquisto di souvenir.

I territori baciati da questa inaspettata “fortu-

na” hanno così compreso l'importanza di attuare un marketing integrato del territorio e delle tipicità in simbiosi con la promozione del turismo e della cultura. Una sfida epocale che viene supportata da 'Cultura Crea', incentivo gestito da Invitalia per conto del Mibact, per la nascita e la crescita di iniziative imprenditoriali e no profit nel settore dell'industria culturale - turistica che puntino a valorizzare le risorse culturali del territorio nelle regioni Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia. Si tratta proprio di quelle regioni che più hanno beneficiato dell'inversione delle nuove tendenze vacanziere.

La misura prevede sia finanziamenti agevolati a tasso zero che contributi a fondo perduto, con il bando che agisce lungo tre linee d'azione: creazione di micro, piccole e medie imprese nell'industria culturale; sviluppo delle imprese della filiera culturale, turistica e manifatturiera; sostegno delle attività sociali e culturali del Terzo Settore.

E non è un caso che, durante i primi mesi dell'emergenza, si sia registrato un boom di do-

*Pasquale Carlo*, giornalista, vice presidente dell'Associazione Regionale dei Giornalisti di Agricoltura (ARGA) Campania 'Francesco Landolfo' e corrispondente de *Il Mattino*. Collabora dal 2001 al blog *lucianopignataro.it* ed è responsabile dell'Ufficio stampa del Sannio Consorzio Tutela Vini e del Consorzio Tutela Vini del Vesuvio. Autore di libri e saggi storici, è coordinatore regionale per la Campania della guida *Vinibuoni d'Italia*, edita dal Touring Club Italiano.



mande per **'Cultura Crea'**, con un aumento delle richieste pari al **115%** rispetto alla media dello stesso periodo dell'anno scorso. Parliamo, infatti, di uno strumento adeguato per rispondere a questo epocale stato di crisi provocato dal Covid 19, capace di indicare la strada per aumentare, anche attraverso il turismo, la redditività delle piccole unità produttive. L'emergenza sanitaria

ancora in atto insegna che gli storici deficit dei territori interni del Sud (scarsa densità abitativa, forte connotazione rurale, isolamento infrastrutturale, minima propensione all'export) potrebbero trasformarsi in punti di forza per una nuova ricetta capace di assicurare un decollo turistico ripartendo dalla terra.

Innovazione e ricerca | 5

## MARCHIO PER LA BIRRA ARTIGIANALE ITALIANA



ALFONSO  
DEL FORNO

**L**a birra artigianale è una delle categorie merceologiche italiane che di più altre ha una crescita costante negli ultimi anni. Il fatto che in Italia ci siano più di 800 birrifici che producono questo tipo di birra, ha indotto la politica a tutelare queste produzioni con l’emanazione di una legge, unica al mondo, che definisce la “Birra Artigianale”. Il 6 luglio 2016 è una data storica in questo senso. Il Senato ha infatti approvato il Collegato Agricoltura contenuto nel DDL S 1328-B (Disposizioni in materia di semplificazione, razionalizzazione, competitività per l’agroalimentare) e gli articoli 35 e 36 del documento sono stati dedicati alla denominazioni di birra artigianale e alla filiera del luppolo. Una birra, ai sensi delle normative italiane, può essere definita “artigianale” se rispetta quattro parametri: non deve subire un processo di microfiltrazione, non deve essere pastorizzata, il birrificio deve essere economicamente indipendente e la produzione annua non deve superare i 200.000 ettolitri annui. Questa normativa ha permesso all’Italia di essere l’unico paese al mondo che ha regole chiare per definire la birra artigianale, utile a tutelare i consumatori nella scelta dei prodotti esistenti in commercio. Per aumentare tale tutela a vantaggio dei consumatori, è intervenuta anche Unionbirrai, l’associazione di categoria dei piccoli birrifici indipendenti. Unionbirrai ha ufficialmente adottato il primo marchio collettivo per la tutela dei consumatori e dei produttori di birra artigianale italiana. Il simbolo “Indipendente Artigianale” è già apponibile su bottiglie e imballaggi e assicura le caratteristiche di indipendenza del produttore e di artigianalità del prodotto. Il marchio può essere concesso ai piccoli birrifici indipendenti associati Unionbirrai dotati di codice accisa e deputati alla produzione esclusiva di birra artigianale.

Con la richiesta del simbolo le aziende si impegnano a sottoporsi in modo collaborativo alle visite ispettive dell’Associazione, che potrà revocare il marchio in caso di infrazioni. I birrifici associati UB possono richiedere e utilizzare il marchio gratuitamente.

Questo è solo l’ultimo passo fatto da Unionbirrai, che da venti anni supporta il movimento della birra artigianale in Italia. Per meglio capire il ruolo svolto dall’associazione di categoria, è necessario conoscere come si è evoluto il settore della birra artigianale in Italia dalle origini a oggi. Nel nostro paese oggi ci sono circa 800 birrifici artigianali indipendenti, molti dei quali apparsi negli ultimi vent’anni. La nascita di questo mercato totalmente nuovo ha portato a queste realtà la voglia e la necessità di confrontarsi, di lavorare assieme per risolvere le problematiche e cercare visibilità. Queste motivazioni hanno portato un piccolo gruppo di artigiani ad incontrarsi nel 1996 e a costituire, nel 1998, la prima associazione di microbirrifici in Italia: Unionbirra, nome modificato quasi immediatamente in Unionbirrai.

Fin dai primi mesi di lavoro si rivelano il grande entusiasmo degli associati, ma anche le difficoltà che devono affrontare, in particolare nel confronto con le istituzioni, ancora impreparate ad affrontare metodi di produzione e problematiche specifiche connesse all’attività dei microbirrifici. Unionbirrai inizia con gli anni ad acquisire sempre più soci e a partecipare alle più importanti manifestazioni nazionali di promozione del patrimonio gastronomico, in cui si tengono degustazioni di grande successo di pubblico e un interesse crescente da parte degli addetti ai lavori dedicate alla birra artigianale. Nel 2005 viene organizzato per la prima volta “Birra dell’Anno”, il concorso che premia le migliori birre artigianali italiane e nello stesso anno





l'associazione diviene Membro effettivo dell'EB-CU - European Beer Consumers Union, di cui oggi è membro all'interno del Comitato Direttivo.

Nel 2008 viene consolidata l'azione di tutela dei piccoli produttori attraverso l'accreditamento ufficiale presso l'Agenzia delle Dogane e i diversi enti preposti al controllo della produzione di birra: da allora Unionbirrai partecipa attivamente ai tavoli tecnici necessari all'adeguamento normativo relativo alla produzione birraria nel nostro Paese.

Oggi Unionbirrai è diventata un'Associazione di Categoria che guarda al futuro dei Piccoli Produttori Indipendenti di Birra presenti su tutto il territorio italiano, con la serietà e determinazione necessaria allo sviluppo del comparto e lo stesso contagioso entusiasmo dei pionieri della Birra Artigianale Italiana. Il 28 dicembre 2018 Unionbirrai ha firmato un accordo con l'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari del Ministero delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo per tutelare la birra artigianale così come definita dalla legge 154/2016.

L'accordo nello specifico riguarda la condivisione delle linee guida volontarie per gli associati ad Unionbirrai, relativamente alle pratiche di microfiltrazione e ai processi produttivi, l'attività di formazione a beneficio di produttori e consumatori, e soprattutto la possibilità di segnalare all'ICQRF abusi nell'uso della denominazione "Birra artigianale".

Con questa collaborazione, il Ministero delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turi-

simo ha voluto valorizzare e riconoscere tutte le realtà grandi e piccole della filiera, promuovendo i produttori italiani e sensibilizzando i consumatori di fronte alle eccellenze birrarie italiane.

*Alfonso Del Forno, classe '71, appassionato gastronomo e cultore della piacevolezza come stile di vita. Formatore nei corsi per degustatori di birra, giudice a Birra dell'Anno e nei concorsi per Home-brewers. Degustatore Unionbirrai, è il referente degli UBT (Unionbirrai Beer Tasters) in Campania. Per Slow Food è coordinatore della Guida alle Birre d'Italia in Campania e formatore nei Master of Food. Fondatore e Presidente di Nonsologlutine Onlus, un'associazione che si occupa di enogastronomia senza glutine, con la quale porta avanti progetti di valorizzazione della birra e degli alimenti naturalmente privi di glutine. Docente al corso professionale per Beer Sommelier organizzato da "DIEFFE - Accademia delle professioni" di Noventa Padovana (PD). Giudice al Campionato Mondiale della Pizza, nella categoria gluten free, organizzato a Parma dalla "Scuola Italiana Pizzaioli". Ideatore e organizzatore del World Gluten Free Beer Award e Hildegard Day. Ideatore dei progetti Nonsologlutine, Scatti di Birra, Birra in Tavola, LadyBugBeer, Taco Nostrum, Piacevolezza e Napoli Beerfest. Direttore artistico di Birra in Villa e Campania Beer Fest. Scrive per il mensile Pizza e Pasta Italiana, il settimanale Cucina a Sud e il blog di Luciano Pignataro.*





# SEF

SVILUPPO EFFICIENZA FINANZA

## SEF PER IL SOCIALE

Le nuove sfide etiche come volano  
di competitività per le imprese

SEF promuove approcci strategici finalizzati ad uno sviluppo coerente con la dimensione valoriale ed etica delle imprese, considerando la persona e il rispetto per l'ambiente importanti fattori di successo per un'economia di mercato altamente competitiva, in linea con il tema della Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

Conosci la nostra realtà  
[www.sefconsulting.eu](http://www.sefconsulting.eu)



*Terzo Settore | 1*

# I TEMPI DELLA RIPARTENZA E IL RUOLO DEL TERZO SETTORE



**SERGIO  
D'ANGELO**

**L**e conseguenze della pandemia hanno fatto sì che il nostro precario e iniquo modello di sviluppo economico mostrasse più di qualche crepa, evidenziando fallimenti e criticità. Questi si erano manifestati già dal secolo scorso con l'esplosione della globalizzazione e lo smantellamento e la privatizzazione del welfare, eventi che non si possono più ignorare. La prima questione da porsi, e la più urgente, è come sostenere i necessari processi di resilienza alla luce delle persistenti problematiche sanitarie e delle conseguenze sociali ed economiche. In più di un'occasione, nell'ambito del dibattito pubblico sulla necessità di definire una prima strategia di adattamento alla convivenza con il Coronavirus, è stato giustamente osservato che il primo obiettivo da mettere a tema il più rapidamente possibile è garantire la prossimità dei servizi e minori spostamenti, innanzitutto nelle grandi aree urbane. Lo sforzo principale delle istituzioni deve essere quindi orientato al recupero di aree e all'individuazione di nuovi spazi, a partire dall'adattamento delle infrastrutture esistenti, dalla riprogettazione degli spazi urbani e dei servizi aperti al pubblico.

Le nostre città negli anni sono invecchiate e hanno bisogno in larga parte di adeguare le loro infrastrutture; molte di queste sono già presenti, ma non sono idonee. Il Paese è pieno di spazi ed edifici abbandonati privi di funzione. C'è stata negli anni una tale perdita di luoghi produttivi, sociali e culturali che ha determinato un impoverimento delle rispettive pratiche e di quelle economiche. Eppure non dovrebbe essere difficile comprendere che potremmo con facilità riutilizzare ciò che abbiamo in abbondanza. Servono nuove destinazioni culturali e creative per far diventare questi spazi dei luoghi animati, di lavoro creativo e sociale, di accoglienza e di innovazione. Si dovrebbe affrontare la questione di una diversa distribuzione dello standard dei servizi a livello locale e territoriale, articolandone i fattori nel rispetto delle norme settoriali e della evoluzione della domanda sociale: in questo modo si potrebbero offrire nuove risposte di comunità proprio riguardo ai temi su cui la politica e i governi incontrano le maggiori difficoltà.

Penso alle nostre periferie, al degrado di molti centri storici, alla contraddizione della desertificazione e la contemporanea implosione di molti co-

muni. Penso ai nostri ragazzi, ai giovani di questi territori, alla necessità di offrire risposte di welfare che non sappiamo più offrire, opportunità di lavoro vero che non sappiamo più costruire. Penso alla necessità di dover progettare una diversa modalità di fruizione turistica, che tenga conto nel breve periodo dei vincoli e delle restrizioni sanitarie con le quali saremmo costretti a convivere, ma ancora di più nel medio-lungo periodo ad usare con attenzione e rispetto le risorse naturali disponibili. In questo senso la rigenerazione di spazi abbandonati e privi di destinazione può diventare il più potente strumento di rinascita sociale e di fertilizzazione di interi territori, un'efficace mezzo di inclusione che consentirebbe ai giovani di esprimersi, trovare una possibilità, un'opportunità di crescita per uscire dalla condizione di disagio. Serve però uno sguardo ancora più lungo sulle cose da fare, che consideri i contesti e i bisogni delle comunità: uno sguardo che non può essere solo contemplativo, ma deve essere concreto e propedeutico all'azione, in grado di promuovere risposte rapide e pragmatiche. Il Terzo Settore è stato decisivo nella gestione dell'emergenza, mobilitando competenze e mettendo a disposizione capacità organizzative straordinarie. Si tratta di risorse che, se opportunamente attivate, potranno offrire un contributo prezioso alla riorganizzazione della sanità e alla ricostruzione del sistema produttivo ed economico.

Difficilmente gli ingenti flussi straordinari di risorse pubbliche, che pure innegabilmente e meritoriamente si stanno immettendo nel sistema produttivo e per il sostegno al reddito, potranno mai compensare la prevedibile perdita di circa un milione di posti lavoro. Del resto la ricostruzione non dipenderà solo dalla quantità di risorse disponibili da investire, ma anche dai modelli e dagli strumenti che verranno dispiegati. L'emergenza sanitaria e il confinamento hanno svelato che

risorse naturali e paesaggistiche che si ritenevano del tutto compromesse possono essere invece recuperate con relativa facilità. Sono stati sufficienti appena due mesi di 'chiusura' per vedere rifiorire la bellezza dei nostri paesaggi, un mare trasparente e non più inquinato, l'aria respirabile. Il bisogno alimentare e la forte domanda di cibo di qualità (con la percezione crescente del suo ruolo strategico nella salvaguardia dell'ambiente e nella gestione delle grandi sfide planetarie come il cambiamento climatico), il risparmio energetico e la lotta alle disuguaglianze costituiscono per il Terzo Settore il terreno privilegiato dell'impegno che potrà legittimamente ambire a sviluppare, puntando a significativi margini di crescita e al soddisfacimento di bisogni sociali che non trovano ancora risposte adeguate. Come non considerare però la necessità di un più forte riconoscimento da parte dello Stato e di tutte le sue articolazioni che, fatta eccezione per pochi Comuni e qualche Regione, non si è visto nemmeno in questa fase di grande attivismo delle organizzazioni sociali, nelle esperienze di civismo e nelle centinaia di migliaia di volontari e operatori sociali. Si riparta dunque da qui, dalla necessità di valorizzare in maniera non strumentale il ruolo del Terzo Settore, dal riconoscimento di una risorsa della quale il Paese tutto, soprattutto nei suoi momenti di maggiore difficoltà, non può proprio fare a meno.

*Sergio D'Angelo*, napoletano, è tra i massimi esperti di politiche sociali, terzo settore e finanza etica a livello nazionale. Fondatore e presidente del gruppo di imprese sociali Gesco, è stato assessore comunale al welfare nella Giunta De Magistris dal 2011 al 2013. È commissario straordinario dell'ABC, azienda speciale per la gestione dell'acqua pubblica del Comune di Napoli.

Terzo Settore | 2

# PROPOSTE OPERATIVE PER IL TERZO SETTORE CAMPANIA

## UN APPELLO ALLA POLITICA



**FILIBERTO  
PARENTE**

**P**er effetto del Coronavirus Covid19 almeno 25 milioni di persone potrebbero perdere il lavoro. In Europa già un milione di persone ha visto ridursi il proprio reddito per effetto della pandemia. A soffrire sono i liberi professionisti, gli artigiani, gli addetti delle piccole industrie costrette a fermarsi per il lockdown, ma gli effetti si stanno sentendo anche nel settore dei servizi. Tutte persone che rischiano di finire in povertà. Le previsioni SVIMEZ sul Pil per il 2020: un calo del -8,4% per l'Italia, del -8,5% al Centro-Nord e del -7,9% nel Mezzogiorno. Si tratta di una previsione che considera il solo impatto del «cura Italia». Ulteriori interventi espansivi potrebbero attenuare la dinamica recessiva. Il profilo trimestrale 2020 evidenzia un impatto più rilevante nel primo semestre nelle regioni del Centro-Nord epicentro della crisi sanitaria. Il rimbalzo positivo che ci si attende con il venir meno del lockdown, invece, appare più intenso nelle regioni del Centro-Nord. Un Focus viene infine dedicato ai rischi di default delle imprese di maggiore dimensione che vengono valutati significativamente maggiori nel Mezzogiorno.

Registriamo cambiamenti socio-politici frenetici e disuguaglianze sempre più accentuate nel nostro Paese, mentre aumentano la ricchezza nelle mani di pochi e uno stato di precarietà e povertà nella vita di molti. Le risorse della globalizzazione, se da un lato, soprattutto nel mondo occidentale, hanno portato benefici economici, dall'altro hanno generato dipendenze eccessive dal modello di vita occidentale, con la conseguenza di registrare un processo di dissoluzione degli stili di vita e delle risorse locali. Per questo è aumentato il divario tra le zone considerate «sviluppate» e quelle «sottosviluppate». Certamente, le difficoltà politi-

che e il malessere sociale hanno origine anche e soprattutto dalla crescita senza precedenti delle disparità economiche, che, contestualmente, producono disparità sociali e culturali. Precise scelte politiche hanno condotto, tra l'altro, a mutamenti radicali nella distribuzione del potere economico, alla maggior facilità per i ricchi di sottrarsi ad una fiscalità equa, a processi sempre più evidenti di condizionamento dei governi da parte dell'accresciuto potere economico, all'esclusione di ampi settori della società dalla vita sociale. Ed è anche a causa di tutto ciò che la mobilità sociale è praticamente scomparsa, il destino dei figli dipende sempre più dalle condizioni dei loro genitori e il futuro dei «ricchi» è sistematicamente più roseo di quello dei figli della «gente normale». Senza pretendere una società dove viga l'egualitarismo economico, è auspicabile una società più dinamica, in grado di reagire nei modi e nei tempi necessari per fronteggiare gli esiti complessi di una condizione che contempla disuguaglianze di genere, disuguaglianze di mobilità sociale, di accesso all'istruzione e alla formazione, che descrivono i tratti di una profonda vulnerabilità perfino civile. Una situazione particolarmente accentuata nel Sud del nostro Paese, dove le debolezze del sistema dei servizi, dell'istruzione, dell'offerta sanitaria e gli effetti di una disoccupazione endemica creano un disagio incontenibile. In definitiva, disuguaglianze generazionali, di genere, di mobilità sociale, nell'accesso all'istruzione e alla formazione sono i tratti di una «povertà» sociale del Sud segnata da risorse sempre più esigue, da mancanza di servizi, dalla precaria sanità e da un'istruzione sempre più sottovalutata, nonostante «L'istruzione e la Cultura è l'arma più potente che puoi utilizzare per cambiare il mondo.» e dalla disoccupazione che al



Sud è sempre più intollerabile. Il recente rapporto della Svimez sull'economia del Mezzogiorno conferma il nostro Paese diviso in due: nel Sud Italia infatti si addensano tutte le più alte percentuali di indici di sottosviluppo economico, infrastrutturale, amministrativo, culturale e sociale. Questo si ripercuote anche sulla realtà e la qualità della vita associativa e dei servizi alle comunità. La mancanza di lavoro fa sì che in tutte le zone arretrate del Sud Italia si alimentino sentimenti radicati di diffidenza e sfiducia nelle stesse relazioni sociali. La soluzione del problema non va ricercata solo nella disponibilità di maggiori risorse economiche, serve "attrezzare" le aree più deboli del Paese per renderle autonome e competenti nella gestione delle opportunità di varia natura disponibili sul territorio e di quelle che possono essere reperite dalla compartecipazione del Paese. Non dobbiamo fermarci a politiche estemporanee, di breve respiro, ma fondare la nostra azione su politiche di larghe vedute, che possano promuovere ed incentivare misure e co-progettazioni partecipate, che sostengano il valore della risorsa dei giovani nel

Sud e che rinforzino il senso di appartenenza ad un territorio, quale è quello del Mezzogiorno, troppo spesso abbandonato e non riconosciuto nelle sue potenzialità. Urgenti sono anche politiche a favore della terza età. I Paesi più piccoli nell'entroterra della nostra Regione sono spopolati e abitati quasi solamente da anziani. L'età media della vita si è allungata, ma la solitudine, i problemi di salute, le condizioni di vita non sono migliorate. Per promuovere lo sviluppo economico, è necessario invece un tessuto sociale forte, alimentato da reti, legami, connessioni, proposte ed esperienze associative. Dobbiamo porci il problema di come l'Italia pensa di mettere a tema l'inversione del destino demografico del Paese e il rilancio dell'impegno sociale, civico ed economico dei giovani. Qui si gioca il futuro del Paese, senza retorica. Come ha più volte ribadito la portavoce del Forum Claudia Fiaschi – si tratta di un momento importante per il Terzo settore italiano che per la prima volta esprime una rappresentanza autonoma all'interno di un organo istituzionale. E siamo molto soddisfatti per questo riconoscimento che segna un pas-



saggio culturale ed un rilevante risultato politico e che realizza pienamente il principio di sussidiarietà, introdotto dall'articolo 118 della nostra Costituzione." il Forum Nazionale del Terzo Settore, a conclusione della procedura di avviso pubblico per l'attuazione degli articoli 59 e 64 del Codice del Terzo Settore, risulta essere l'associazione di enti del Terzo Settore maggiormente rappresentativa sul territorio nazionale, in ragione del numero degli enti aderenti. Il Codice prevede, tra le altre cose, che l'organismo maggiormente rappresentativo possa indicare direttamente una propria rappresentanza per il Consiglio nazionale del Terzo Settore. È storia di oggi per rilanciare con competenza e professionalità i ruoli di rappresentanza che metta al centro: Altro elemento di proposta per la nostra discussione interna, in particolare alle Linee guida per la partecipazione dei lavoratori e dei beneficiari alla guida degli Ets su cui è già stato fatto un lavoro istruttorio, come anche quello sugli schemi di bilancio, che darà orientamenti operativi per aiutare gli enti nella costruzione dei report economici. Sotto la lente poi ci sono anche altre questioni: rimettere – probabilmente con una interpretazione normativa adeguata – in piena operatività le previsioni degli articoli 55-56-57 del Codice del Terzo Settore, con il tema della coprogettazione e della coprogrammazione, una specificità tutta italiana che va fatta dialogare in modo intelligente ma non remissivo con il sistema del Codice dei contratti e con le linee di indirizzo comunitarie agenda 21/27.

Esprimendo soddisfazione per i primi interventi di attuazione del Piano per l'Emergenza Socio-Economica della Campania, vogliamo porre l'attenzione su alcune questioni di primaria importanza nell'avvio di questa seconda fase:

- la predisposizione di modalità agili ed efficaci (registri degli ets presso gli uffici di piano) per l'erogazione di servizi socioeducativi e di assistenza leggera (spesa a domicilio, pony della solidarietà ecc.) per le persone in condizione di fragilità (pensionati, titolari di assegno sociale, persone con disabilità, studenti e famiglie con ragazzi minori di quindici anni) beneficiarie di bonus economici previsti nel piano;
- l'adozione di un piano specifico per gli anziani di protezione e prevenzione che coinvolga gli ETS che hanno maturato maggiore esperienza in questo campo. Il fatto che la fase 2 sia

molto più lenta per gli anziani genera un forte impatto di carattere psicosociale che va gestito e governato perché la maggior parte degli anziani sta vivendo una situazione di isolamento che ha dei contraccolpi psicologici importanti. All'azione di protezione sociale (assistenza leggera a bassa soglia, assistenza domiciliare integrata, segretariato sociale, ascolto, supporto psicologico, compagnia telefonica, disbrigo pratiche, ecc.) va affiancata un'azione di *prevenzione sociale* (partecipazione attiva degli anziani ad attività di apprendimento non formale, una ripresa delle attività motorie, ecc.) per conservare abitudini e sani stili di vita. Un piano, quindi, che riprenda e sviluppi l'iniziativa *sull'invecchiamento attivo*, recepito da una importante legge regionale. Cominciando a monitorare case di riposo e Rsa (l'attività da loro svolta negli ultimi quattro mesi) e a sviluppare politiche abitative per gli anziani;

- la Regione per riattivare le attività sociali e socio-sanitarie, comprese quelle erogate all'interno o da parte di centri semiresidenziali per persone con disabilità (PcD), devono adottare piani territoriali e specifici protocolli di sicurezza per assicurare il rispetto delle disposizioni per la prevenzione dal contagio e la tutela della salute delle PcD, loro caregiver e degli operatori. La collaborazione del Terzo settore nella stesura permetterebbe di portare il punto di vista degli utenti e degli enti erogatori;
- rendere operativi gli art. 47 e 48 del DL CURA ITALIA, con un accordo tra Regione, Parti Sociali, Comuni, per garantire la ripresa delle attività dei servizi socio-assistenziali e socio-sanitari che hanno subito blocchi con diverse modalità operative e garantendo la piena sicurezza degli operatori;
- un Piano di Formazione per le famiglie ed i ragazzi. Realizzare una campagna per la prevenzione dedicata ai minorenni ed alle loro famiglie con supporti testuali e video, sulle procedure e comportamenti da tenere per prevenire il contagio. Sostenere la comunicazione attraverso il coinvolgimento degli Enti Locali ed il Terzo Settore del territorio per veicolarla più efficacemente nei confronti di famiglie e bambini. Prevedere occasioni in cui sperimentare, già dal periodo estivo, iniziative di informazione, prevenzione e addestramento per la sicurezza in vista della successiva riapertura delle scuole;





- poli educativi per una comunità educante diffusa. Costituire e rafforzare poli educativi territoriali attraverso gli ets con esperienza pluriennale nell'ambito di intervento per favorire in una prima fase spazi all'aperto (parchi pubblici, aree protette..) per promuovere il gioco, l'espressione artistica, l'attività motoria, l'educazione ambientale e le esperienze in ambienti naturali per i minori e successivamente, l'adeguata predisposizione di luoghi al coperto in vista dell'autunno anche presso le sedi delle organizzazioni private che si occupano di bambini e ragazzi;
  - in prossimità della stagione delle principali raccolte ortofrutticole, la predisposizione delle ulteriori azioni socioassistenziali a regia regionale in favore delle persone immigrate negli insediamenti informali del basso Sele, di Castel Volturno e comuni limitrofi per il tramite dei soggetti del terzo settore: cooperative sociali, odv ed aps con esperienza nella mediazione culturale e supporto ai lavoratori stranieri (azione 4);
  - il recupero delle risorse non spese 2018, 2019 e 2020 ex artt. 72 e 73 dlgs117/2017 nell'ottica dell'inclusione attiva e della prevenzione dei rischi sociali e sanitari dell'intera comunità regionale e la predisposizione di un tavolo di lavoro presso l'assessorato alle politiche sociali per emettere un bando unico per progetti di interesse generale delle associazioni di volontariato e promozione sociale, prevedendo specifiche azioni di contrasto alle fragilità post-emergenza;
  - potenziamento e il rilancio di un bando "sostegno all'avvio e rafforzamento delle attività imprenditoriali che producono effetti socialmente desiderabili e beni pubblici non prodotti dal mercato" (POR CAMPANIA FESR 2014/2020 ASSE 3 – OBIETTIVO SPECIFICO 3.7 – AZIONE 3.7.1) ampliando i codici di Attività ATECO per permettere la partecipazione delle cooperative Sociali di inserimento lavorativo (Coop tipo B), aumentando significativamente la dotazione aumentando significativamente la dotazione, ampliare i codici di Attività ATECO per permettere la partecipazione delle cooperative Sociali di inserimento lavorativo (Coop tipo B), prevedendo di finanziare, con una quota di finanziamento FSE, anche costi di gestione e rendendo rapide e snelle le procedure;
  - sostegno al terzo settore. Molti piccoli enti e associazioni rischiano di non superare questa crisi o di vedere fortemente compromessa la loro capacità aggregativa e solidale. Il terzo settore rappresenta l'infrastrutturazione solidale della società e oggi si rischia di perdere una parte essenziale del tessuto comunitario e del capitale sociale della Campania. Proponiamo in tal senso un bonus a fondo perduto per i piccoli ets (odv, aps e cooperative sociali con volume di bilancio inferiore ai 50mila euro) con modalità analoghe a quelle già attuate per le microimprese. In tal senso, ricordiamo che il regolamento europeo sugli aiuti di stato - base giuridica per l'emanazione dell'avviso pubblico regionale c.d. bonus microimprese del 14.04.2020, definisce le imprese come "qualsiasi entità che eserciti un'attività economica, indipendentemente dalla sua forma giuridica". Il codice ATECO normalmente riservato alle attività associative (94.99.20) rientra inoltre tra quelle per cui è previsto il predetto bonus del Decreto Dirigenziale n. 136 del 14.04.2020 pubblicato sul BURC n. 78 del 14/04/2020
- Aderiscono al Forum del Terzo Settore della Campania: ACLI; ADA; ADICONSUM; ADOC; AGESCI; A.G.C.I.; ALBI; AICS; ANCESCAO; ANCOS; ANOLF; ANPAS; ANTEAS; ARCI; ARCIRAGAZZI; AUSER; COMPAGNIA DELLE OPERE; CSI; FEDERCONSUMATORI; FEDERSOLIDARIETA'; FISH; FITUS, LEGACOOPSOCIALI; LEGAMBIENTE; S.M.S. CESARE POZZO, U.S. ACLI; UISP.
- La Task Force Emergenza Covid Forum III Settore è composta da:  
 Francesca Coletti, ARCI  
 Filiberto Parente, ACLI  
 Franco Buccino, AUSER  
 Gianpaolo Gaudino, FEDERSOLIDARIETÀ

*Filiberto Parente* è Presidente Acli Campania, Portavoce del forum Terzo Settore Campania e Giornalista.

Terzo Settore | 3

# LA SFIDA EUROPEA PER IL TERZO SETTORE

## STRATEGIE DI FINANZIAMENTO ATTRAVERSO I BANDI EUROPEI



**MARCO  
EHLARDO**

**I**l Terzo Settore italiano è un'area particolarmente vasta e differenziata, e rappresenta una porzione non trascurabile dell'economia del nostro Paese. Tuttavia, la sua natura non-profit porta spesso ad equivoci. C'è chi pensa che il lavoro nel sociale sia, sostanzialmente, un hobby, e che *non-profit* sia sinonimo di volontariato tout court. Si tratta di credenze molto lontane dalla realtà: con dati ISTAT alla mano, in Italia operano circa 350mila organizzazioni tra associazioni, cooperative sociali ed imprese sociali (+14% in 5 anni), con oltre 800mila lavoratori (+19,4%) ed un fatturato annuo superiore ai 70 miliardi di euro, con un contributo al PIL italiano pari al 4,3% in costante crescita.

Un settore economico, dunque, decisamente reale, concreto e sempre più indispensabile per il nostro Paese. Sebbene sia in gran parte costituito da piccole realtà, esistono ormai organizzazioni (come le grandi ONG) che, per dimensioni e fatturato, sono paragonabili ad aziende medio-grandi, ed i cui manager a volte provengono dal mondo profit; sempre più spesso si verifica anche il contrario.

La crescita costante del terzo settore italiano deriva da più fattori. Uno dei principali corrisponde alla grande disponibilità passata di finanziamenti pubblici nazionali e, soprattutto, locali. Questo fattore ha dato vita, in alcuni casi, a nuove problematiche, come la minore indipendenza dalla politica; al contempo, ha senz'altro consentito a gran parte del settore di crescere, contribuire al progresso della società italiana e, non ultimo, fornire risposte alla disoccupazione, specialmente a quella giovanile. Questa epoca d'oro, però, si avvia al suo esaurimento. La crisi finanziaria di molti enti pubblici, ed i vincoli più stringenti ai

loro bilanci, hanno fatto diminuire progressivamente la quantità di finanziamenti disponibili per il sociale, e hanno portato ad un forte aumento della concorrenza tra organizzazioni per ottenerli. Ormai si assiste allo stesso fenomeno che attanaglia i concorsi pubblici: se in quei casi per 100 posti disponibili si presentano 70mila proposte, ai bandi nazionali e locali per il terzo settore sembra quasi che sia più alto il numero di organizzazioni che concorrono che quello delle numerose persone da assistere con i progetti. Ci sono soluzioni? Certamente, migliorare la qualità della scrittura dei progetti per i bandi e il monitoraggio dei bandi disponibili possono diventare metodi efficaci, così come privilegiare la partecipazione in rete con altre organizzazioni rispetto alla partecipazione in solitaria. E, soprattutto, differenziare il più possibile la ricerca di finanziamenti.

È inoltre interessante ricordare che altre forme di finanziamento sono disponibili. La prima consiste in un maggior rapporto di scambio con il mondo del profit, ed è legata al concetto di *Responsabilità Sociale di Impresa* e a strumenti quali il *Cause Related Marketing*, in cui il profit finanzia attività del non profit in cambio di visibilità e responsabilità sociale, nonché di detrazioni o deduzioni fiscali. La seconda sono i bandi europei: per il terzo settore ne esistono numerosi, con una programmazione settennale ed una frequenza quantomeno annuale. Un vantaggio fondamentale di questo tipo di finanziamenti corrisponde all'entità dei fondi messi a disposizione dall'Unione Europea. Sebbene siano destinati ad organizzazioni aventi sede in tutta la UE, e a volte anche oltre, non essendoci limitazioni territoriali, ciascuno ha la possibilità teorica di concorrere per il massimo finanziamento possibile. La gran parte dei bandi

UE, inoltre, prevede un limite minimo al finanziamento richiesto, ma raramente un limite massimo. Riportiamo, per fornire un'idea concreta, un elenco dei principali programmi accessibili dal terzo settore con i rispettivi budget stanziati per gli stessi dall'Unione Europea:

- *Horizon 2020 – Sottoprogramma Social Challenges*: Euro 29.679.000.000
- *AMIF (FAMI) – Asylum, Migration and Integration Fund*: Euro 3.137.000.000
- *Creative Europe*: Euro 1.462.724.000
- *Rights, Equality, Citizenship*: Euro 439.473.000
- *European Solidarity Corps*: Euro 375.600.000

Si tratta evidentemente di cifre importanti, e questa breve lista non include tutti i programmi europei accessibili al terzo settore. La disponibilità di fondi, ovviamente, non si traduce nel loro ottenimento, ed è evidente come vincere un bando europeo non sia semplice. Poiché per i bandi e la ricerca di finanziamenti neanche De Coubertin si sarebbe sognato di dire che 'l'importante è partecipare' è necessario attrezzarsi ed evitare di cadere in errori comuni. Il primo passo consiste nel mantenersi *costantemente informati* sui nuovi bandi in uscita. La programmazione settennale consente di avere, anno per anno, una certa cognizione del periodo di uscita dei bandi





di ogni programma. Intercettare per tempo un bando europeo è cruciale, perché la scadenza dello stesso è mediamente dai 2 ai 3 mesi successivi all'uscita: si tratta di un tempo sufficiente, ma non con margini abbondanti, per poter scrivere un buon progetto. Secondariamente, è preferibile, e a volte formalmente necessario, creare una buona *rete di partner*. I bandi europei richiedono frequentemente il coinvolgimento di almeno un Ente o Istituzione Pubblica o un partenariato transnazionale. Nel caso in cui queste reti non siano già consolidate, si potrebbero avere difficoltà nello stringere partenariati con Enti Pubblici o partner internazionali, motivo per cui

l'aggregazione ad un partner più forte da questo punto di vista o rivolgersi a chi può aiutare a costruire queste partnership potrebbe essere vantaggioso. Il terzo luogo la *qualità* del progetto è fondamentale, e merita di essere trattata con particolare attenzione.

La progettazione europea ha forme e criteri molto diversi da quella italiana, sia nazionale che locale, ma viene approcciata da molte organizzazioni con le stesse modalità che le portano ad essere meno competitive rispetto al quelle degli altri Paesi. Per ovviare a questo svantaggio è necessario conoscere i requisiti che l'UE richiede ai progetti, considerando sia quelli generali che



quelli peculiari, ovvero dei singoli bandi. Senza l'aderenza a questi criteri un progetto potrà sembrare impeccabile ma non verrà selezionato. Il primo dei criteri di selezione operati dai bandi europeo è la *chiarezza delle finalità del progetto*. Dopo la lettura del progetto il valutatore della UE ha bisogno di capire il problema che si intende affrontare, come si intende affrontarlo e con quali risorse umane e finanziarie. I progetti italiani presentano spesso introduzioni dettagliatissime e analisi sociologiche approfondite ma, conclusivamente, pur avendo ben illustrato *cosa*, è molto meno chiaro *come* e *con quanto*, per cui il risultato è il rigetto della domanda di finanziamento. Il secondo criterio fondamentale è la cosiddetta *dimensione europea del progetto*. Va dunque esplicitato come il progetto fornisca soluzioni utilizzabili in contesti diversi e sia di beneficio, in modo diretto o indiretto, per l'intero territorio europeo e in ambiti che differiscono da quello specifico dell'intervento. Significa, ad esempio, che la proposta di progetto valida per San Giorgio del Sannio deve essere ugualmente efficace, strutturata ed innovativa per essere riproponibile anche a Berlino. Centrali sono anche i concetti di *originalità ed innovatività*: in fase di analisi del contesto è necessaria una ricognizione che escluda che il progetto replichi iniziative passate o ancora in corso. L'Unione Europea valorizza lo sviluppo di idee innovative, e riproporre progetti già visti, come nel caso di quelli sull'insegnamento dell'italiano, non può condurre a risultati. Infine c'è il concetto del *best value for money*: è necessario dimostrare che il nostro progetto offre il miglior risultato e la miglior qualità col minor impiego di risorse. È comprensibile che un'organizzazione cerchi, ad esempio, un finanziamento che copra buona parte delle proprie spese di personale. Ma prevedere 10 formatori per 5 corsisti può suscitare forse simpatia, non un'approvazione. Di seguito altri criteri solitamente richiesti ad un progetto di portata europea:

- *Rilevanza*: Appropriatezza degli obiettivi del progetto rispetto agli obiettivi previsti dal bando e alle priorità del contesto in cui esso opera. Richiede innanzitutto una buona analisi del contesto in cui si interviene.
- *Efficienza*: Efficienza con cui le risorse e i mezzi utilizzati sono stati convertiti in attività in termini di qualità, quantità e tempo. Richiede un confronto con eventuali approcci alternativi.

- *Efficacia*: Contributo effettivo dei risultati alla realizzazione dell'obiettivo del progetto. Vanno dettagliati gli effettivi benefici del progetto sul gruppo target.
- *Impatto*: L'effetto del progetto sul suo ambiente più ampio e il suo contributo a obiettivi politici e settoriali più ampi.
- *Sostenibilità*: Valutazione del rischio che i benefici prodotti dal progetto cessino di esistere alla conclusione dell'erogazione del finanziamento esterno.

In definitiva è essenziale capire quali siano le esigenze illustrate, i fini del programma e del bando, identificare le modalità suggerite e l'impatto atteso. È importante non restare legati alle proprie idee al punto da considerarle *oggettivamente* le migliori. Un buon progetto europeo non deve essere oggettivamente il migliore nella sua capacità di costruire *il migliore dei mondi possibili*; deve essere il progetto oggettivamente migliore, o *tra i migliori*, in base ai requisiti richiesti. I bandi europei rappresentano senza dubbio una grande opportunità considerando l'elevata quantità di finanziamenti e di linee progettuali a disposizione, così come una sfida. Questa è una sfida alla quale il terzo settore non deve sottrarsi, specialmente in considerazione del fatto che la nuova programmazione 2017-2021 prevede un aumento significativo delle risorse a disposizione per i programmi diretti al sociale: il programma *Corpo Europeo di Solidarietà*, ad esempio, passerà dagli attuali 375 milioni di euro a ben 1,26 miliardi.

Marco Ehlardo, nato a Napoli nel 1969, si occupa dell'area sociale di SEF. Ha lavorato per oltre venti anni nel sociale, occupandosi dell'ideazione, scrittura e gestione operativa ed amministrativa di progetti e servizi, di fundraising, formazione, comunicazione, campaigning e lobbying.

Terzo Settore | 4

# IL VALORE DELL'ECONOMIA SOCIALE NEL TERZO SETTORE

## UN MERCATO DA SOSTENERE



MARIA  
BISOGNO

Che siano legate al capitale cognitivo, sociale, insediativo, infrastrutturale, ecosistemico o paesaggistico, le componenti che caratterizzano lo sviluppo del capitale territoriale (l'OCSE ha proposto per la prima volta il concetto di capitale territoriale nel *Territorial Outlook* del 2001. Il concetto è stato ripreso nel 2005 dalla Commissione europea nello *Scoping document on the territorial state of the EU*) sono estremamente affascinanti. Oltre a essere dinamiche essenziali per lo sviluppo d'impresa, sono tali categorie a permettere il benessere dell'individuo e della società. Il terzo settore è un ambito diretto a promuovere obiettivi di sviluppo sostenibile e, contribuendo significativamente al cambiamento sociale e alla prosperità economica, ritrova la sua essenza in queste componenti. Secondo i dati più aggiornati dell'Istat, il terzo settore ricopre l'8% del sistema complessivo di imprese dell'industria e servizi del mercato, e il numero dei suoi dipendenti è il 7% del totale. Sebbene oltre il 50% degli enti sia localizzato in Nord Italia, questi sono in particolare aumento al Sud, con un tasso di crescita pari a circa il 3%, mentre sono in aumento soprattutto i lavoratori del Centro (+5,3%) e del Nord-Est (+5%). La fotografia fornita dall'Istat parla di un sistema che si evolve a velocità maggiore rispetto alle imprese orientate al mercato: in 16 anni si è verificata una crescita del 49%. Capace di produrre sia valore sociale che economico, il terzo settore sembra emergere come nuova frontiera per l'economia italiana del futuro.

Ma cosa si intende esattamente quando si nomina il *terzo settore*? Il terzo settore non risponde al mercato e non è un'istituzione pubblica: è, per l'appunto, qualcosa di *terzo*, posizionandosi tra la dialettica aziendale e le pubbliche amministrazioni.

Si tratta di una realtà con obiettivi economici, sociali, politici e culturali che non hanno a che fare con le finalità del mercato e del profitto, né con gli obiettivi tipici della pubblica amministrazione. È un insieme di enti privati che producono beni o servizi di interesse generale con finalità non lucrative, ovvero *non profit*, che utilizzano i profitti generati per aumentare la quantità e migliorare la qualità dei servizi erogati. Non profit non significa non poter conseguire profitti ma, semplicemente, questi dovranno essere reinvestiti nel perseguimento del fine primario delle organizzazioni senza essere ripartiti tra soci o dipendenti. Il terzo settore si propone di rispondere ai bisogni espressi dalla società, sostituendosi talvolta allo Stato nella gestione delle criticità, e di offrire un aiuto concreto ed efficace in linea con quanto stabilito dal *principio di sussidiarietà*: se un ente inferiore è capace di svolgere bene un compito, l'ente superiore (in questo caso lo Stato) non deve intervenire, ma può eventualmente sostenerne l'azione.

La recente riforma del terzo settore riclassifica e organizza la galassia di associazioni e organizzazioni che ne fanno parte, introducendo una grande novità: gli Enti del Terzo Settore (ETS), un'unica categoria con una nuova qualifica giuridica. Gli enti che possono assumere la qualifica di ETS sono stabiliti dall'art. 4 comma 1 del CTS (Codice Terzo Settore) e hanno caratteristiche specifiche. Si distinguono in:

- associazioni di volontariato e associazioni di promozione sociale, categorie che un tempo erano regolamentate da specifiche leggi, la 266/1991 e la 383/2000, ad oggi abrogate e sostituite;
- enti filantropici e imprese sociali, totalmente rinnovate e potenziate rispetto al passato, includono le cooperative sociali;



- reti associative, che grazie alla riforma acquistano un nuovo ruolo nelle attività di monitoraggio e controllo;
- società di mutuo soccorso, *da cui* sparisce la qualifica di Onlus;
- una sezione residuale del registro in cui figurano, ad esempio, le associazioni (riconosciute e non) e le fondazioni non classificate nelle precedenti categorie.

La riforma ha apportato una revisione complessiva della legislazione in merito al terzo settore, conferendogli una specifica identità sotto il profilo giuridico. Oltre a semplificare e armonizzare le molteplici normative di dettaglio, spesso sovrapponibili e rivolte a diverse tipologie di soggetti non profit, la riforma ha indubbiamente valorizzato un settore centrale per l'economia del Paese (in termini di addetti, di utenti e di volume d'affari). Per avvalersi della qualifica di ETS gli enti dovranno iscriversi al Registro Unico Nazionale, dimostrando di avere i requisiti richiesti, definendo la sezione di collocamento e, se necessario, adeguando lo statuto al codice del terzo settore. Con l'iscrizione al registro questi si impegneranno a rispettare la democrazia interna, la trasparenza nei bilanci, i rapporti di lavoro e i relativi stipendi, l'assicurazione dei volontari e la destinazione

degli eventuali utili. L'iscrizione al Registro Unico e la conseguente adozione della qualifica è facoltativa, ma costituisce requisito fondamentale per entrare nel nuovo sistema del terzo settore e accedere a una serie di agevolazioni fiscali e ad altre misure di sostegno come, ad esempio, l'accesso a bandi pubblici o a fondi riservati. La riforma, infine, istituisce i seguenti interventi per le attività di interesse generale nel terzo settore:

- Introduce incentivi: ad esempio, in termini fiscali, di accesso al credito e agli investimenti o di utilizzazione degli immobili pubblici;
- Riordina il sistema dei finanziamenti: ad esempio, al posto dei fondi speciali regionali introduce il Fondo Unico Nazionale, che è alimentato da contributi annuali delle fondazioni di origine bancaria, assicurando così il finanziamento stabile dei centri di servizio per il volontariato, e razionalizzando le risorse per le politiche sociali destinate al terzo settore;
- Introduce nuovi strumenti di finanziamento: come, ad esempio, il fondo per il finanziamento di progetti e attività di interesse generale nel terzo settore, o la Fondazione Italia Sociale atta a premiare progetti di rilevante impatto sociale ed occupazionale.



Nel dettaglio, la riforma prevede un sostegno per le attività delle organizzazioni di volontariato e delle associazioni di promozione sociale, nonché contributi per l'acquisto di autoambulanze, autoveicoli per attività sanitarie e beni strumentali. Tra le agevolazioni fiscali previste rientrano il credito d'imposta per le donazioni ad Enti del Terzo settore, denominato Social Bonus; la detrazione d'imposta per liberalità e contributi associativi ad ETS; e la razionalizzazione delle procedure per la destinazione del cinque per mille. Inoltre, l'introduzione di Titoli di Solidarietà (così come di altre forme di finanza sociale) rappresenta un importante segnale in quanto, per la prima volta, la finanza sociale entra formalmente nel sistema giuridico italiano. Il contributo della finanza nel rispondere ai bisogni sociali è più che mai attuale, trovandosi oggi al centro del dibattito pubblico e delle politiche nazionali per la sua capacità di sostenere gli investimenti nell'innovazione sociale. Il reperimento dei fondi e dei finanziamenti è una questione fondamentale per via della gestione caratteristica, funzionale e attiva svolta dall'ente, e per questo motivo merita una riflessione dedicata.

Come si sostiene sul piano pratico un ente non profit? Per finanziare un'associazione è necessario mettere mano al proprio portafogli, almeno inizialmente, e reperire fondi costituiti in gran parte dai versamenti per le spese di costituzione, organizzazione e dalle quote annuali di mantenimento e contribuzione dei soci. È tuttavia possibile reperire fonti anche all'esterno: le fonti più immediate si riferiscono ai contributi derivanti dal 5 per mille, alle donazioni (monetarie o immobiliari), alla vendita dei propri prodotti/servizi. Forse la più interessante è rappresentata dai fondi pubblici/privati, che molto spesso arrivano a coprire l'intero piano di spesa di un progetto. In questo caso si tratta di bandi pubblici, europei, nazionali e locali (regioni, province e comuni) e/o call di fondazioni o enti

privati, solitamente di derivazione dai grandi nomi del settore bancario, finanziario e commerciale. Nel panorama nazionale sono molte le forme di sostegno a cui poter attingere. A titolo di esempio, possiamo menzionare le agevolazioni per Start-up Innovative a Vocazione Sociale (SIAVS); l'interessante bando Cultura Crea promosso dal MIBACT (che premia, con contributi a fondo perduto, associazioni ed imprese che intendono operare nella valorizzazione culturale e patrimoniale, anche favorendo forme di gestione integrata); le iniziative promosse da Fondazione con il Sud (ente non profit privato, che sostiene interventi esemplari su svariati temi per favorire il welfare di comunità) o dalla Fondazione con i Bambini, impresa sociale senza scopo di lucro che ha per oggetto l'attuazione dei programmi del Fondo per il contrasto della povertà educativa minorile. Gli ambiti di intervento sono molteplici: reti territoriali sul volontariato, interventi integrati per prevenire e contrastare la violenza sulle donne e la disparità di genere, il contrasto alla dispersione scolastica, la valorizzazione di beni confiscati alla criminalità, la promozione della musica, lo sport, la sperimentazione di forme di autonomia per i disabili, e meritano uno specifico approfondimento per analizzare le diverse opportunità di finanziamento, distinguendole per fonti e categorie.

Le opportunità di agevolazione economico e finanziaria disponibili sono numerose e di vario livello, e offrono molteplici vantaggi. L'accesso ad un'esperienza diretta ci permette di affrontare alcuni punti interessanti, come *l'accessibilità ai fondi*. Accedere ai fondi non è semplice: sono necessari requisiti specifici e bisogna soddisfare ogni punto richiesto nel bando di interesse, oltre a intercettare in tempo utile il bando adatto per poter elaborare una proposta rispondente agli obiettivi e alle finalità del bando stesso. Alcuni dei requisiti richiesti riguardano la localizzazione della sede, la docu-

#### PROSPETTO 1. ISTITUZIONI NON PROFIT E DIPENDENTI

Anni 2001, 2011, 2015, 2016 e 2017, valori assoluti e rapporti di incidenza sulle imprese

	2001	2011	2015	2016	2017
Numero di Istituzioni non profit	235.232	301.191	336.275	343.432	350.492
Dipendenti delle istituzioni non profit	488.523	680.811	788.126	812.706	844.775
in % sul numero di imprese dell'industria e dei servizi di mercato	5,8	6,8	7,7	7,8	8,0
in % sul numero di dipendenti delle imprese dell'industria e dei servizi di mercato	4,8	6,0	6,9	6,9	7,0

Figura 1 – Prospetto Istituzioni non profit e Dipendenti. Fonte: ISTAT

mentazione da allegare (l'atto costitutivo, lo statuto che deve descrivere in maniera chiara e specifica le finalità delle associazioni e che spesso si rivela discriminante per la domanda di finanziamento, i bilanci consuntivi degli ultimi due anni, il bilancio preventivo dell'anno in corso), essere iscritti a particolari liste e/o registri regionali o nazionali, esercitare l'attività nel territorio di interesse da due o più anni, certificare l'esperienza maturata nel perseguimento degli obiettivi specificati nel bando o le attività realizzate in partenariato. Pertanto il lavoro preliminare per la costituzione di un'associazione no profit e la sua gestione amministrativa rivelano essere passaggi cruciali, sia in considerazione delle successive possibilità di partecipazione a bandi di gara che per l'ottenimento di finanziamenti pubblici o privati. Un adeguato supporto esperto appare dunque un requisito fondamentale.

Possiamo dunque osservare come, operando in questo settore, si venga travolti dal 'fare'. A volte, tuttavia, si tende a tralasciare l'organizzazione e la gestione amministrativa dell'ente, oppure non porre sufficiente attenzione al fatto che il lavoro che si *dona* nelle associazioni è appunto a titolo gratuito e volontario, e deve quindi necessariamente intrecciarsi con la vita reale e con un *lavoro vero*. Gli ultimi dati forniti dall'Istat relativi al 2017 (Figura 1) riportano 350.492 associazioni no profit e 844.775 dipendenti. Risulta perciò evidente come le associazioni siano numerosissime (e in aumento negli anni) e che il numero di dipendenti, seppur nel complesso elevato ed in crescita, sia sottodimensionato, corrispondendo in media a 2.5 dipendenti per associazione. Questo significa che spesso si tratta di lavoro svolto gratuitamente e sovente in parallelo ad altri impegni, siano questi di natura professionale o personale.

Dedicarsi all'azione anziché occuparsi dell'organizzazione documentale dell'attività – l'atto di mettere a posto le carte – è un'eventualità relativamente frequente. Nel momento in cui si presenta l'opportunità di partecipare ad un bando per ottenere un finanziamento, infatti, la tendenza comune è affrettarsi. In questi casi, agli occhi dei clienti i consulenti diventano una figura che può fungere da contrappeso, ponendo la giusta attenzione sulla documentazione richiesta e su adempimenti vari. Spesso sono proprio i passaggi legati alla predisposizione o rendicontazione dell'apparato burocratico e amministrativo ad appesantire i clienti, mentre tutto ciò che è legato alle attivi-

tà, progetti e prospettive delle associazioni stesse tende a suscitare entusiasmo. Ciò è specialmente valido per le piccole realtà locali. Particolarmente numerose nei nostri territori, tali realtà sono sovente mosse dalla capacità e dal talento di coloro che agiscono in linea con la mission dell'associazione. Nonostante le notevoli competenze operative, in questi casi tende a presentarsi una limitata esperienza amministrativa, che sarebbe invece utile per predisporre puntualmente la documentazione richiesta per accedere alle agevolazioni. Intercettare la fonte di finanziamento più adatta alla propria iniziativa è il primo passo da compiere in vista della realizzazione di un'idea, qualsiasi essa sia. Al fine di monitorare una quantità utile di bandi di vario livello (europeo, nazionale, regionale o locale) si può impiegare del personale dedicato oppure rivolgersi a consulenti esterni, da considerarsi non come un supporto opzionale bensì come un sostegno fondamentale per la realizzazione di tutte quelle idee che, se strutturate in modo idoneo, potranno trasformarsi in realtà.

Forme di aiuto esterno e personale qualificato servono anche e soprattutto per *scrivere il progetto*, ovvero rendere ogni idea idonea all'occhio del valutatore, che ha il ruolo di scomporre il progetto per inserirlo in griglie e criteri di valutazione spesso poco comprensibili o difficilmente interpretabili da chi ha meno esperienza in materia. Esistono diversi modi per presentare una proposta di finanziamento, e sono specificamente correlati al soggetto o ente erogatore a cui ci si rivolge: per questo motivo, una figura che metta in relazione *chi può dare* con *chi sa fare* è di grande importanza. Inoltre, la modulistica preposta alla rappresentazione dell'iniziativa di progetto prevede anche ipotesi di costi e ricavi, indagini di mercato e la redazione di un business plan; infine, l'iter di presentazione della domanda di agevolazione si completa con l'accesso e il caricamento di dati in piattaforme on line dedicate allo specifico bando. È quindi necessaria la dovuta esperienza sia per scrivere un progetto che per presentarlo. Si tratta di una consapevolezza fondamentale, soprattutto in considerazione di una percezione condivisa da molte realtà appartenenti al terzo settore, cioè che presentare una proposta sia complicato, o in alcuni casi ritenere che il proprio progetto non possa essere premiato in assoluto.

Emerge quindi la necessità di creare una rete partecipativa costruita su relazioni orizzontali che





connettano enti profit, enti no profit e pubbliche amministrazioni. L'unione permette a ciascun progetto di diventare qualcosa di condiviso, di *nostro*, e fa sì che gli sforzi economici, organizzativi e strutturali possano essere ripartiti condividendo gli stessi obiettivi. Il concetto di coinvolgimento, collaborazione e lavoro in rete deve riguardare, come già menzionato, anche gli enti profit e le pubbliche amministrazioni: in questi casi bisogna parlare di partenariati, che fanno riferimento a co-progettazione, co-programmazione e iniziative di co-business. Gli enti del terzo settore portano con sé un contributo legato al sapere, all'esperienza e, soprattutto, alla lettura dei bisogni del proprio territorio. Grazie alla loro capacità di identificare soluzioni sia nel breve che nel medio periodo, il terzo settore dovrebbe svolgere la funzione fondamentale di proporre soluzioni a problematiche esistenti inserendole nell'agenda di chi possiede il potere decisionale e le risorse per realizzarle. Nella recente riforma del Codice del Terzo Setto-

re vengono esplicitate (per la prima volta in una legge) indicazioni alle pubbliche amministrazioni sulla cessione senza oneri, in comodato gratuito di beni mobili e immobili, e sul coinvolgimento degli ETS nella programmazione e nella gestione di servizi sociali. Questa direzione rappresenta un importante passo verso la costruzione di relazioni ispirate a nuovi paradigmi di partecipazione tra enti pubblici, enti profit ed enti del terzo settore. Idee, progetti, personale qualificato ed esperto, finanziamenti dedicati, collaborazione e partecipazione: sostenere il terzo settore è possibile.

*Maria Bisogno*, laureata in Ingegneria Gestionale, presso l'Università degli Studi di Napoli "Federico II", ha conseguito la certificazione ISIPM-Base e il Master di II livello in Sviluppo competitivo sostenibile e responsabilità sociale di Impresa. Attualmente svolge il ruolo di esperto tecnico-finanziario nel team di progettazione della SEF.

SEF informa | 1

IL PUNTO DI VISTA

## QUELLI CHE... LA FINANZA AGEVOLATA



**ALESSIA  
MEROLA**

**N**oi della finanza agevolata non ci facciamo mancare nulla: la ricerca e lo sviluppo, i progetti di innovazione, quelli di efficientamento energetico e perfino *Industria 4.0*. Tutti hanno fretta: i nostri clienti, i clienti dei nostri clienti e soprattutto i fornitori dei nostri clienti che, giustamente, attendono di essere pagati. È sempre un giorno di ordinaria follia.

Avevo 23 anni quando mi sono ritrovata catapultata, per caso, nel mondo della finanza agevolata. Per i primi mesi, pur avendo capito le finalità del lavoro che mi era stato affidato, non ne avevo compreso le logiche, con cui poi ho familiarizzato. E sono queste che oggi mi aiutano a capire meglio e prima lo spirito, le dinamiche e i retroscena di questo mondo e che, oramai, sono diventate parte di me e di tutto ciò che faccio nel mio lavoro.

Per quattro lunghi anni mi sono occupata di verifiche tecniche per conto di banche, quali ad esempio Medio Credito Centrale, e di enti gestori di misure, come Invitalia. Era l'epoca d'oro del famigerato *contributo a fondo perduto*: l'epoca dell'attuazione di programmi agevolati dalla Legge 488/92, nata per finanziare iniziative di avvio o di ampliamento di imprese produttive nelle aree svantaggiate del Paese. Ma era anche il periodo di introduzione di importanti strumenti di programmazione negoziata, come i Contratti di programma che si stavano attuando in Campania in quegli anni, da Agrofuturo CSA nel Salernitano, al Distretto industriale dell'Elettrodomestico S.c.a r.l., al Consorzio Baronina in Irpinia. Era un sistema abbastanza complesso per una ragazza appena uscita dall'Università, e chi mi parlava utilizzava un lessico incomprensibile. La finanza agevolata, per me che avevo studiato ingegneria, era una sconosciuta.

Eppure, quando abbiamo avuto modo di conoscerci bene, ci siamo piaciute. Mai giudicare in base alla prima impressione: non sempre è quella buona né deve essere definitiva. A volte è necessario darsi del tempo. Ebbene, partendo dalle verifiche tecniche così poco stimolanti sono approdata al mondo della progettazione e dei più fantasiosi e interessanti piani di impresa, quelli per cui, a volte, non si dorme la notte.



L'incontro di nuovo casuale, il percorso graduale e intrigante. Credo di essermi sentita contenta quando ho realizzato di stare imparando molte cose nuove ogni giorno. Ricordo quegli anni con il sorriso perché si lavorava bene, senza troppi affanni. Gli strumenti agevolativi non erano numerosi come quelli di oggi, erano pochi e buoni. Mi riferisco al Decreto 185/2000, al Titolo I e al Titolo II. Devo tutta la mia esperienza e buona parte delle mie conoscenze, anche in termini di elaborazione di business plan, al lavoro fatto sui progetti presentati a valere su questa norma. Il resto lo devo ai colleghi economisti e alla pazienza che hanno avuto a supportare una che, davanti ad uno stato patrimoniale, aveva una crisi di nervi.

Tuttavia, se la *curiositas* non manca e l'interesse si mantiene vivo, i risultati arrivano. Il giorno in cui il cliente riceve la Delibera di ammissione a finanziamento il risultato di mesi di lavoro è finalmente stato raggiunto, ed è grande festa per tutti. Solo chi vive e conosce questa professione dall'interno può capire di quale soddisfazione sto parlando. Avere l'onore e il piacere di poter

seguire l'attuazione di un programma agevolato significa sentirsi in qualche modo partecipe, se non l'artefice: oltre all'imprenditore, sei tu ad aver scritto il progetto, ad averlo organizzato, letto e riletto, caricato e inviato. Non nascondo che, al di là del senso di responsabilità, entra in gioco un coinvolgimento emotivo quando sai che una volta inviata la domanda non c'è più modo di modificare nulla e appare l'ultima finestra, che ti chiede: sei sicuro di voler inviare? In quel momento pensi e spera vada tutto bene, come quando si invia il proprio curriculum o si inserisce la scheda elettorale nell'urna durante le elezioni.

Il mosaico della finanza agevolata ha molti tasselli, dai bandi PON Impresa e Competitività ai progetti PON Cultura e Sviluppo, passando per il Fondo Crescita Sostenibile e per i POR FESR, senza dimenticare l'universo dei PSR. Per dare un po' di ordine a questa mia testimonianza, quasi un flusso di coscienza di una Molly Bloom della finanza agevolata, esco dalla libera rappresentazione di pensieri, bandi e misure così come si susseguono nella mente per organizzarli sinteticamente.

*L'Unione Europea prevede un'ampia gamma di strumenti di finanza agevolata, applicabili sia direttamente in ciascuno degli Stati membri che indirettamente mediante misure adottate dal legislatore nazionale (Governo e Regioni). Anche le Regioni, le Province ed i Comuni attuano politiche di intervento a favore delle piccole e medie imprese attraverso la pubblicazione di numerosi bandi di sostegno volti all'erogazione di agevolazioni rivolte ad aziende sane e meritevoli. Rientra nella finanza agevolata, pertanto, qualsiasi strumento il legislatore metta a disposizione delle imprese al fine di fornire loro un vantaggio competitivo che incida positivamente sullo sviluppo aziendale e sul rilancio dell'impresa.*

Le misure agevolative messe a disposizione consentono, in linea generale, di facilitare l'accesso al credito ed accrescere la competitività del sistema produttivo per le PMI che effettuano investimenti in macchinari, beni strumentali di impresa ed attrezzature ad uso produttivo, ma anche in nuove tecnologie, ovvero che intendono incrementare la propria attività di innovazione mediante investimenti in ricerca industriale.

Per usufruire di tali agevolazioni il primo passo è conoscerne l'esistenza, il secondo verificarne la fattibilità e il possesso dei requisiti d'accesso. L'ul-





timo passo, quello più difficile, riguarda lo studio, la progettazione e la preparazione della modulistica obbligatoria per richiedere l'agevolazione.

La corretta combinazione di queste tre fasi è quella che in matematica si chiama condizione necessaria e sufficiente e rappresenta, in finanza agevolata, la *conditio sine qua non* per non perdere l'opportunità di godere delle agevolazioni pubbliche.

E qui sta il bello del nostro lavoro, qui ce la dobbiamo giocare. Nella consapevolezza che difficilmente le imprese detengono competenze specifiche per svolgere queste attività, peraltro caratterizzate da una continua evoluzione legislativa, rispetto alla quale bisogna essere costantemente aggiornati.

Perciò noi della finanza agevolata non solo dobbiamo essere bravi a curare e strutturare le tre fasi di cui sopra, ma dobbiamo avere una visione professionale globale e aggiornata del panorama normativo e delle opportunità concrete di finanziamento dei vostri progetti di sviluppo. Il nostro intervento può riguardare il finanziamento dei processi di:

- sviluppo aziendale (acquisto di attrezzature e macchinari, costruzione di impianti produttivi per ammodernare o ampliare l'azienda);
- innovazione tecnologica e organizzativa (sviluppo brevetti, ricerca industriale, sviluppo sperimentale per realizzare innovazioni di prodotto e/o di processo, industrializzazione dei risultati della ricerca);
- internazionalizzazione (apertura di strutture commerciali o produttive all'estero, studi di fattibilità e corsi di formazione per personale destinato a sedi straniere);

Queste si chiamano 'macrovoci' in gergo tecnico, ma la casistica dei programmi di investimento infatti è molto più ampia.

E questo è il racconto appassionato di chi, da anni, crede nella finanza agevolata. Perché è una delle poche possibilità che abbiamo in Italia per fare impresa. Perché la crisi rappresenta un forte ostacolo, ma può essere anche l'opportunità per far fare alla propria azienda quel salto di qualità necessario a competere globalmente. Perché, per le aziende più lungimiranti, la finanza agevolata rappresenta sicuramente un alleato prezioso. In questo mondo funziona un po' come in una famiglia: se ti comporti bene puoi sperare di avere una ricompensa. Se sei un'azienda meritevole e sana,

se paghi i contributi ai tuoi dipendenti e sei in regola con tutti i tributi, allora ci puoi provare. Puoi provare a presentare quella domanda e giocare quella carta che, se tutto va bene, potrebbe cambiare la vita a te e alla tua azienda. Ma devi trovare qualcuno che se ne prenda cura, perché anche fare il consulente aziendale in finanza agevolata è una forma di cura verso le imprese, ed è un lavoro duro. Bisogna lavorarci, fare nuove proiezioni, riscrivere, rivalutare, ripresentare. L'istruttoria è un terno al lotto: non è sufficiente essere bravi.

Il segreto del successo? Lavorare bene, come in ogni contesto. Cercare di non dimenticare nulla. Pensare a ogni singolo aspetto. Studiare. E poi immedesimarsi nel più esigente degli istruttori. Dal giorno del mio incontro casuale con la finanza agevolata sono passati 13 anni e molte cose sono cambiate. Cosa resta di questa esperienza? Cosa ne viene fuori?

Se posso permettermi, vorrei offrire qualche consiglio ai legislatori sui soggetti ammissibili, sulle spese finanziabili, sui settori esclusi, sui requisiti di ammissibilità: non siate così rigidi. L'Italia ha bisogno di voi, siamo un Paese dalle enormi potenzialità, e noi, come professionisti, con le leggi giuste e buone dotazioni finanziarie, proviamo, nel nostro piccolo, ad aiutare il mondo delle imprese e il nostro territorio. Negli anni si è sedimentata in noi la consapevolezza che nel mercato dei servizi di finanza agevolata, perché le cose vadano bene, debba crearsi un equilibrio perfetto tra domanda e offerta, e che i consulenti con visioni professionali globali e aggiornate del panorama normativo e delle opportunità concrete di finanziamento dei progetti di sviluppo incontrino aziende sane e meritevoli.

*Alessia Merola è nata a Capua (CE) nel 1983. Laureata in Ingegneria Gestionale presso l'Università Federico II di Napoli nel 2006, lavora da sempre nel mondo della Finanza Agevolata occupandosi prima di valutazioni tecniche di programmi agevolati e, successivamente, di progettazione.*

*SEF informa* | 2

## MISURE AGEVOLATIVE IN EVIDENZA

# SMART&START ITALIA



**FIorenza  
MATURO**

**S**mart&Start Italia è l'agevolazione che sostiene la nascita e la crescita delle start-up innovative ad alto contenuto tecnologico in tutte le regioni italiane. L'obiettivo è sostenere la nuova imprenditorialità legata all'economia digitale e altresì incoraggiare il rientro dei 'cervelli' dall'estero. È il principale incentivo del Governo che valorizza i risultati della ricerca scientifica e tecnologica. Finanziamento a tasso zero, senza alcuna garanzia, che arriva a coprire l'80% delle spese e può raggiungere il 90% se la start-up è costituita interamente da donne oppure da giovani under 36, oppure se tra i soci è presente un esperto col titolo di dottore di ricerca italiano (o equivalente) che lavora all'estero e vuole rientrare in Italia.

Per le start-up innovative del Mezzogiorno d'Italia si aggiunge un ulteriore vantaggio: queste, infatti, beneficiano anche di un contributo a fondo perduto del 30% e pertanto dovranno restituire anziché l'intero importo finanziato soltanto il 70% di esso. I progetti finanziabili devono partire da un importo minimo di € 100.000,00 fino ad un massimo di € 1.500.000,00 e devono avere almeno una di queste caratteristiche: un significativo contenuto tecnologico e innovativo; sviluppo di prodotti, servizi o soluzioni nel campo dell'economia digitale, dell'intelligenza artificiale, della Blockchain e dell'Internet of Things; uno spin-off da ricerca, ovvero un progetto dovrà essere teso a valorizzare da un punto di vista economico i risultati del sistema della ricerca pubblica o privata.



L'attenzione del legislatore, tuttavia, non è rivolta esclusivamente agli incentivi sul rientro dei cervelli, ma anche su meccanismi premiali in grado di incentivare la permanenza dei giovani talenti direttamente in Italia. Prendiamo ad esempio una start-up innovativa che nasce dalla creatività di un giovane di talento e che si propone di contribuire alla creazione di tecnologie innovative e sostenibili capaci di aiutare gli utenti ad essere in continua e dinamica evoluzione con sé stessi, con la società e con il mondo. La mission è essere la leva digitale che trasforma la fredda tecnica in calda esperienza, per accompagnare la crescita dei nativi digitali e per rompere il digital divide, mettendo tutti in condizione di fruire delle innovazioni del presente, attraverso una tecnologia semplice e accattivante.

In seguito a varie esperienze formative si è trovata la 'leva' giusta per realizzare i progetti desiderati: in particolare parliamo di un progetto di cardio E-health intento ad evolvere vari aspetti cardine del settore medico della cardiologia per accompagnare cardiopatici e non nel controllo, nella prevenzione e nella cura delle malattie cardiovascolari rilevabili con un ECG, con il preciso intento di offrire alla scienza un dato puro, ovvero, ottenuto senza condizionamenti legati alla presenza del medico o del fare un controllo.

L'obiettivo è la realizzazione di una società e-health che vada ad evolvere il settore digitale della cardiologia attraverso l'elemento innovativo: la realizzazione di un nuovo prodotto, ovvero un dispositivo wearable capace di tracciare con precisione le 12 derivazioni di un ECG in maniera dinamica. Esso è equipaggiato di diversi trasduttori ed è basato sui presupposti medici dell'elettroceutica. Un progetto che gira intorno a quattro diverse forme di servizi offerti: dispositivo indossabile, wearable, piattaforma telemedicina, App per utenza ed e-commerce.

Il dispositivo medicale indossabile, presentato in diversi settaggi e perciò diversi pacchetti da vendere all'utente finale o a strutture sanitarie sia pubbliche che private, è organizzato in base ai differenti tipi di rilevamento ottenibili con un ECG o un ECG di tipo Holter. L'innovazione risiede nel fatto che al momento, la misurazione dinamica, possibile tramite l'ECG di tipo Holter, riesce a rilevarne solo tra le 3 e le 6 derivazioni e massimo per 3 giorni. Risulta così facilitata la comunicazione tra pazienti e strutture sanitarie in quanto più

efficace e affidabile godendo di un monitoraggio costante della salute dei pazienti, garantendo una maggiore tranquillità personale ed emozionale.

In ultimo, un ulteriore fattore innovativo risiede nel fatto che grazie al trasferimento della strumentazione per un ECG di tipo holter in un indumento si aiuta i pazienti a non indossare strumentazione ingombrante ed invasiva perciò di facile fruibilità senza sentirsi malati. Le istituzioni sanitarie, grazie alla piattaforma di telemedicina e ai dati cardiologici provenienti dal dispositivo wearable, potranno avere un quadro sempre chiaro sulla condizione di salute dei pazienti, su interfaccia web e mobile potendo gestire così l'arrivo di pazienti in ospedale con maggiore cognizione di causa rispetto al problema da affrontare. La piattaforma è collegata a una farmacia on-line ad uso specifico di medici e dalle strutture sanitarie per le certificazioni mediche.

A ciò si aggiunge la piattaforma e-commerce per utenti generici e non, provvista di un'area dedicata all'alimentazione, agli esercizi fisici e consigli pratici su wellness e fitness per un cuore sano. È stata firmata una manifestazione di interesse con una nota casa di cura ove la stessa manifesta gradimento al progetto e ove la struttura offre il proprio supporto medico e scientifico al progetto. Ad oggi si possono menzionare, a titolo esemplificativo, lettere di intenti con esperti nel finanziamento e nella commercializzazione di tecnologie innovative a livello internazionale. Inoltre, si auspica possano definire ulteriori collaborazioni con istituzioni ed imprese che operano nello specifico settore di interesse.

*Fiorenza Maturo, laureata in Scienze Giuridiche presso l'Università degli studi del Sannio, attualmente impiegata nel team di Assistenza Tecnica della SEF.*



SEF informa | 3

## MISURE AGEVOLATIVE IN EVIDENZA

# HORIZON 2020



**FRANCESCO  
LIZZA**

**H**orizon 2020 è un programma quadro per la ricerca e l'innovazione (Framework Programme for Research and Innovation) che conta su circa 80 miliardi di euro di fondi disponibili in 7 anni, dal 2014 al 2020, e si articola in tre principali aree di ricerca, denominate pilastri (pillars):

- *Excellent Science*, con un focus sulle scienze;
- *Industrial Leadership*, volto a modernizzare le industrie europee;
- *Societal Challenges*, dedicato all'implementazione di soluzioni in ambito sociale.

Horizon 2020 finanzia progetti di Ricerca con azioni rivolte all'innovazione scientifica e allo sviluppo tecnologico. Seguendo ogni parte dei processi interessati, dai laboratori al mercato, il programma ambisce a finanziare progetti che possano garantire un impatto significativo sulla vita dei cittadini europei. In particolare, il pilastro Industrial Leadership mira a trasformare l'Europa in una destinazione accattivante per chi abbia interesse nell'investire in Ricerca e Innovazione, contrastando la frammentazione del mercato europeo attraverso una promozione di attività strategiche, tecnologiche e innovative strutturate dalle aziende per incentivarne la crescita. Il pilastro si fonda su tre programmi con obiettivi definiti:

- Leadership nelle tecnologie abilitanti e industriali, che fornisce un sostegno mirato alla ricerca e allo sviluppo avente le seguenti priorità: ICT, tecnologie dell'informazione e della comunicazione, nanotecnologie, materiali avanzati, biotecnologie, fabbricazione e trasformazione avanzate, tecnologia spaziale;

- Accesso al capitale di rischio, che intende superare i disavanzi nella disponibilità di crediti e fondi per il settore R&S, le imprese e i progetti innovativi in tutte le rispettive fasi di sviluppo. Congiuntamente agli strumenti di finanza di rischio nel Programma per la Competitività delle Imprese (Programme for the Competitiveness of Enterprises, COSME), così come nelle PMI, il programma si pone l'obiettivo di sostenere lo sviluppo di capitale di rischio a livello europeo;
- Innovazione nelle PMI, volto alla promozione di tutte le forme di innovazione nelle PMI con un interesse specifico per quelle dotate di potenziale di crescita e internazionalizzazione sul mercato unico e oltre. Quest'ultimo programma non prevede ricerca ma finanziamenti per azioni di supporto alla ricerca.

In riferimento al primo programma, Leadership nelle tecnologie abilitanti e industriali, si introduce qui un focus sulle ICT, Information and Communication Technologies. Le ICT hanno una finalità particolare: consentire all'Europa di sviluppare e valorizzare quelle opportunità di progresso che le tecnologie possono offrire a vantaggio di cittadini, imprese e comunità scientifiche. Oltre a sostenere innovazione e competitività, le ICT consentono progressi scientifici in tutte le discipline. Nel prossimo decennio l'impatto delle tecnologie digitali e delle ICT su infrastrutture e servizi sarà con ogni probabilità rivoluzionario e rivestirà un ruolo di crescente importanza nella vita delle persone.

Tra le call del pilastro Industrial Leadership prendiamo a esempio An empowering, inclusive Next Generation Internet. Con l'accelerazione

della trasformazione digitale della società, l'uso di dispositivi mobili e applicazioni può migliorare significativamente la quotidianità dei cittadini. Facendo leva sull'esperienza multidisciplinare, che attinge sia alla conoscenza delle scienze tecnologiche che di quelle umane, la presenza di nuove tecnologie (come la traduzione automatica e il riconoscimento e la sintesi di segni e linguaggio) potrebbe offrire soluzioni inclusive a misura d'uomo, facilitando la comunicazione tra persone con e senza problemi di udito.

Lo scopo del bando è quello di sviluppare nuove applicazioni per dispositivi mobili che traducano il linguaggio parlato e quello dei segni per fornire un sostegno alle persone con disabilità uditive. Per assicurare un uso efficiente ed efficace sui dispositivi mobili i progetti dovrebbero sfruttare i massimi livelli di sviluppo dei servizi di traduzione tra le lingue ufficiali parlate, così come le lingue dei segni, di tutti gli Stati membri dell'UE e dei paesi associati. Le applicazioni risultanti do-

vrebbero essere open source, robuste, economiche, e validate secondo studi di utenza ad ampio spettro. La priorità, in questo caso, viene data a progetti riguardanti una vasta gamma di lingue e in particolare lingue che attualmente dispongono di risorse insufficienti. Si prevede che l'impatto del bando contribuisca a migliorare l'elaborazione vocale multilingue, il rilevamento della lingua dei segni sui dispositivi mobili, e ad implementare soluzioni che consentano un ampliamento della possibilità di comunicazione e ricezione di contenuti da parte di persone con problemi uditivi.

*Francesco Lizza*, laureatosi in Relazioni Internazionali e Diplomatiche presso L'Università degli Studi di Napoli l'Orientale, è attualmente impiegato in SEF nel team di Assistenza Tecnica. Appassionato di politica internazionale e amante di nuove tecnologie hi-tech.



Cultura | 1

# EMOJI MUSEUM

## IL MUSEO DELLE EMOJI



**GIOVANNI  
POLICASTRO**

**P**erché un museo dedicato alle emoji? Le emoji, simboli pittografici che hanno radicalmente trasformato il modo in cui utilizziamo i messaggi di testo e che sono ormai connaturati al lessico digitale, costituiscono l'inizio di ciò che vedremo nel futuro della comunicazione tecnologica. È facile ipotizzare come nei prossimi anni le nostre conversazioni online si arricchiranno ulteriormente di icone semplificate con il potere di dare vita a tendenze globali e nuovi modi di concepire la messaggistica. Nel momento in cui si riflette sulla comparsa e diffusione di questo fenomeno, tuttavia, è bene ricordare che la comunicazione tramite immagini ha radici ben più profonde e antiche. Persino Aristotele affermava che “lo spirito non pensa mai senza un'immagine.” L'Emoji Museum si propone di essere il primo museo d'arte contemporanea al mondo dedicato all'esposizione esclusiva di emoji. Oggi i piccoli pittogrammi gialli possono essere considerati come un linguaggio a sé stante. Sono diventate uno strumento di comunicazione visiva universalmente riconosciuto che, oltre ad essere indipendente dal registro linguistico, ci consente di implementare con estrema facilità e rapidità un'espressione emozionale individuale quando interagiamo attraverso la scrittura. Molti dei simboli introdotti da questo nuovo alfabeto digitale, infatti, nascono per essere comprensibili a tutti, e hanno un'enorme e singolare capacità: quella di abbattere barriere linguistiche, culturali e geografiche.

Ad oggi più di 4,5 miliardi di persone utilizzano quotidianamente le emoji. Il sistema delle emoji potrebbe essere definito come quella ‘lingua’ che più velocemente si è sviluppata e consolidata a

partire dall'inizio del XXI secolo. È senz'altro diventata centrale nell'espressione della nostra individualità, identità ed emotività e, a partire da studi sul fenomeno, è emerso come questo tipo di lingua si evolverà in un mezzo di comunicazione ancora più vitale nei prossimi anni. Inoltre, è indubbio che le emoji contribuiscano alla creazione di un nuovo sistema di comunicazione visiva, una nuova ‘stenografia emotiva’. Per migliaia di anni, gli uomini hanno cercato di fondare linguaggi visivi, oltre che verbali, e le emoji sono anch'essi frutto di questa ricerca. Le loro insospettabili origini antiche sono ben raccontate da una mostra, Emoglyphs (Emoglifici), allestita presso l'ala archeologica della Davidson Temporary Exhibition Gallery all'interno del museo israeliano. La mostra si articola come un percorso sulla metamorfosi della scrittura pittorica, muovendosi dall'antichità per arrivare ai tempi moderni, attraverso un patrimonio di geroglifici e reperti provenienti dall'antico Egitto, esposti in relazione all'uso contemporaneo delle emoji. Dal confronto emerge che entrambi i sistemi di scrittura, benché siano differenziati da 5000 anni di storia, abbiano conservato una sorta di potere attuativo nella realtà, presentando segni e simboli curiosamente affini. A proposito dello sviluppo di linguaggi costituiti da simboli visivi per rappresentare e dare forma a emozioni realmente percepite, sono presenti ulteriori documentazioni. Una di queste risale alla Francia del 1860, anno in cui lo scienziato Duchenne Guillaume-Benjamin, detto D. de Boulogne, neurologo e ideatore di elettrodiagnosi ed elettroterapia, cercò di creare un dizionario di espressioni umane fulminando alcuni volontari con una sonda, e fotografandoli in nel preciso istante della folgorazione. Succes-



sivamente Charles Darwin ritornò a consultare la documentazione fotografica di de Boulogne per provare a comporre una propria tassonomia di espressioni.

Da questo lungo percorso storico deriva un semplice ma rivoluzionario abbinamento di segni, che verrà inizialmente trasmesso dalle tastiere dei nostri pc: lo smiley felice e quello triste, :) :(, combinazioni ormai familiari, che al loro esordio

vennero definite emoticon, ovvero una aplogia fra emotion e icon, emozione e icona. Sembra che le emoticon siano state inventate casualmente nel settembre del 1982 da Scott Fahlman, un docente di informatica della Carnegie Mellon University di Pittsburgh, Pennsylvania, Stati Uniti, mentre scriveva sul Bulletin Board System (BBS). Questo era una specie di forum ante-litteram che, attraverso un software, permetteva di pubblicare mes-





saggi e altri tipi di contenuto su una bacheca virtuale. L'invenzione delle emoticon nacque da una semplice esigenza: occasionalmente, scambiandosi messaggi solo in forma scritta, i partecipanti al BBS riscontravano problemi nel capire se il tono delle risposte fosse sarcastico o scherzoso. La difficoltà nell'interpretazione dei messaggi portava spesso a conflitti difficili da contenere, come discussioni infinite, incomprensioni e litigi furiosi. Fahlman quindi suggerì di introdurre nei messaggi di testo : - ) e : - ( ( per distinguere le battute dalle affermazioni. Così, le emoticon divennero presto uno strumento fondamentale per chiarire le nostre intenzioni nella comunicazione online.

Le emoji apparvero per la prima volta nelle nostre vite quando Apple iniziò ad includerle nel sistema operativo degli iPhone, nel 2011. Ma le primissime emoji, le faccine gialle che oggi utilizziamo per comunicare stati d'animo umani tra smartphone, nascono in realtà nel 1999, per mano del giapponese Shigetaka Kurita. La scoperta coincise con il periodo in cui il designer stava lavorando al sistema di telefonia mobile NTT Docomo e al loro sistema cellulare i-mode. La compagnia telefonica offriva un servizio di posta elettronica, ma ciascuna e-mail era limitata a 250 caratteri, e le emoji divennero un modo per dire di più e ottimizzare la comunicazione in uno spazio limitato. Kurita, che all'epoca aveva 25 anni, progettò su commissione dell'azienda una serie di emoji con diverse limitazioni, tra cui una risoluzione minima, con griglia di 12x12 pixel per un totale di 144 pixel, ovvero 18 byte di dati. Questo significava che il set completo dei 176 pittogrammi del designer giapponese occupava poco più di 3 kilobyte. È per questo che le emoji originali appaiono così semplificate rispetto a quelle odierne. Tuttavia, quella minuscola dose di informazioni riusciva a contenere un'enorme quantità di significato.

Oggi le emoji sono spesso create con grafica vettoriale, e tecnicamente possono raggiungere una risoluzione illimitata. Ma il ruolo fondamentale delle emoji e delle emoticon sta nella loro capacità di aiutare a semplificare il linguaggio e la sua comprensione. Per comprendere l'origine del fenomeno bisognerebbe partire dall'assunto che oggi si comunica sempre di più tramite scrittura e all'uso massiccio di chat e social network. Questa tendenza crescente alla comunicazione testuale ha fatto sì che emergesse la necessità di accompagnare le parole scritte con dei segni per ridurre al minimo il rischio di fraintendimenti. Quindi

qual è la differenza tra emoji ed emoticon? Mentre le emoticon sono realizzabili da un qualsiasi programma di videoscrittura attraverso la punteggiatura, le emoji hanno bisogno di un software in grado di leggerle, così da poterle far visualizzare. Emoji Museum è un museo in divenire che si propone di contribuire all'evoluzione di questo linguaggio, conferendo valore, anche artistico, alle emoji. Il punto di partenza dell'Emoji Museum è un evento culturale basato sulla Poesia Visiva, organizzato con la curatela di Marco Amore. Per la sua ampiezza e il suo dinamismo, il progetto ha già ottenuto una manifestazione di interesse da parte della Fondazione IDIS-Città della Scienza e un invito a partecipare. Altri partecipanti, in fase di concretizzazione, includono il M.A.D.R.E, l'Università degli Studi di Napoli Federico II, l'Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, l'Accademia delle Belle Arti di Napoli, il quotidiano di arte e cultura Artemagazine, il brand degli Artisti di Via Varco, il Comune di Rotondi e la Regione Campania. In parallelo, Emoji Museum sarà attivo nel web sul sito emoji.eu, a breve online, e su canali social quali Facebook e Instagram per la condivisione di news ed eventi. Contemporaneamente verrà sviluppato un concorso tra scuole e accademie d'arte, di grafica ed informatica che coinvolgerà giovani studenti sulle tematiche presentate dal museo.

Emoji Museum è un progetto in divenire che propone di trasformarsi in un vero e proprio mini-museo reale, e a questo scopo è alla ricerca di musei, gallerie d'arte e location aperte ad ospitarlo in maniera permanente e a favorire il continuo upgrade del progetto.

Concludo questo breve excursus nel mondo delle emoji nell'unico modo possibile: con un sorriso.  
; )

*Giovanni Policastro, Founder e Director, Emoji Museum. Founder e Creative director TIKY ADV. Esperto in Comunicazione, Art direction e Digital Marketing specialist. Consulente. Ha lavorato nelle più importanti agenzie di comunicazione internazionali. Ha ricevuto più di 30 premi per la creatività a livello internazionale e insegnato art direction e comunicazione visiva presso diverse Università e scuole.*

Cultura | 2

# SOGGETTI E SPAZI CULTURALI

## COSCIENZA, AZIONE



**VERONICA  
GISONDI**

**I**l periodo che stiamo attraversando ha spostato l'attenzione sul ruolo dei luoghi che erano soliti ospitarci: spazi di compresenza e transizione, di confronto e attrito, di apprendimento e condivisione. Ciò che rende insostituibile gli spazi fisici, tuttavia, sono gli scambi simbolici di cui è composta la nostra realtà soggettiva. Ogni tipo di spazio, sia esso fisico o digitale, pubblico o privato, culturale e non, acquisisce la propria identità grazie alle soggettività che lo abitano e ai sistemi di relazioni che interagiscono al suo interno. Ma cosa significa definire qualcosa come 'nostro' nel presente in cui viviamo? E a chi ci riferiamo quando pensiamo a noi?

“Non siamo a questo mondo esclusivamente in quanto membri di una comunità, così come non lo siamo in quanto membri di una famiglia o come cittadini di uno stato.” Così scrive Bertram Niessen ne *La storia del 'Noi': cambiare la cultura per aprire gli spazi di cittadinanza*. L'autore prosegue descrivendo la natura relazionale del nostro ruolo sulla terra, e afferma che “siamo a questo mondo perché siamo soggetti culturali” in rapporto con “sistemi di simboli altamente complessi.”

Secondo Niessen la modernità è stata l'epoca dell'interrogazione sulla forma del noi e possiamo ripercorrere le origini di quest'idea guardando alla seconda metà del Novecento: fu quello il momento in cui individualità e collettività molteplici e diversificate furono coinvolte in nuovi spazi di condivisione, portando il noi a costituirsi. La progressione delle vite dei cittadini, cioè noi, e la funzionalità della società in generale sono compito dell'innovazione civica, la quale negli ultimi decenni ha trovato il suo corrispettivo nell'innovazione tecnologica, come nota Niessen. Questo è perché le nuove tecnologie hanno permesso a

individui e gruppi di aggregarsi in forme particolarmente articolate e spesso inedite – ma nonostante i progressi recenti la tecnologia mostra limiti importanti nella sua capacità di contenere la cultura nella sua complessità, di esprimerla nelle sue sfumature più sottili e di dare spazio alle sue variabili. La sensazione di spaesamento e disagio che si è manifestata in maniera diffusa in seguito al lockdown e all'interruzione della vita negli spazi urbani ha dimostrato come la dimensione digitale sia ancora lontana dal riconoscere il valore fondamentale degli scambi simbolici e non riesca a tradurlo efficacemente in significato, considerando l'accezione più profonda del termine.

La nostra quotidianità, intesa nella sua dimensione sociale e culturale, si fonda su una serie di piccole ma frequenti interazioni, sulla mobilità individuale, sull'incontro, su certezze impalpabili che, sommate, danno forma a quella che spontaneamente definiamo normalità. Un termine il cui utilizzo è sempre più parsimonioso e che sembra finalmente essere messo in discussione da più prospettive, incluse quelle sostenute dal discorso dominante. È ormai evidente come le identità e la cultura stessa non si fondino sul concetto di normalità ma, al contrario, sull'evoluzione costante. Questo principio è un elemento chiave per ripensare i modi in cui interpretiamo, concepiamo e progettiamo il presente e il futuro delle nostre realtà sociali, politiche e culturali. In questo momento storico sembra essere particolarmente necessario superare qualsiasi retorica sulla produttività e forme di rassicurazione cieche, escludenti e discriminanti – come lo slogan 'andrà tutto bene' – per fare spazio a modalità comunicative volte alla costruzione di collettività con potere di azione. Nelle incertezze che stiamo attraversando sembra scorgersi la possibilità di acquisire una



consapevolezza diversa rispetto alla nostra idea di collettività, di normalità e progresso, e di riflettere sul modo in cui solo grandi trasformazioni culturali possono permettere cambiamenti politici e sociali significativi nel tempo, poiché come ricorda Niessen, il cambiamento dipende da atti di trasmissione: che siano in forma digitale o tradizionale, è la volontà di costruire nuove forme di collaborazione e di unirsi nonostante le differenze che permette al concetto di 'noi' di espandersi e acquisire potere politico.

Presenza, partecipazione e condivisione hanno acquisito un'importanza crescente all'interno del mondo dell'arte e negli ultimi anni sono diventate condizioni imprescindibili per la sua sussistenza. Esserci – oltre ad essere un aspetto correlato alla necessità di confronto diretto con le opere e all'instaurazione di rapporti di scambio simbolico – è diventato il requisito essenziale per accedere al settore che si appoggia sempre più significativamente ad un sistema fortemente basato su reti di connessioni. Gran parte di queste modalità di interazione, spesso codificate in vari formati (visite guidate, conferenze, incontri, inaugurazioni, studio visit, art fairs), si sono inevitabilmente dissolte con l'introduzione delle restrizioni, e probabilmente non potranno tornare a funzionare ancora per molto. Per sopperire a questa mancanza produttori e consumatori si sono affidati alla comunicazione digitale. Sebbene la tecnologia stia acquisendo un ruolo sempre più centrale nella costruzione di rapporti sociali e nella creazione, presentazione e diffusione di opere le innovazioni tecnologiche non forniscono alternative soddisfacenti alla fruizione dell'arte né possono sostituire il suo valore tangibile. I canali aperti dalla comunicazione digitale hanno però evidenziato la possibilità di unirsi in gruppi espansi ma coesi, composti da elementi che forse non avrebbero potuto riconoscersi e raccogliersi se non in una condizione di isolamento prolungato. Oggi abbiamo l'opportunità di costruire il futuro con reti di dialogo sempre più articolate, estese e attive tramite spazi digitali dedicati a scambi genuini e produttivi, atti a sostenere l'altro e a rafforzare connessioni che rendano l'atto di comunicare un gesto che possa avere un impatto sul piano relazionale, ma soprattutto su quello culturale, politico e sociale rispetto ai contesti in cui abitiamo.

È importante ricordare come la possibilità di comunicare e condividere sia solo apparentemente qualcosa di semplice o 'naturale'. Questo è ancora più vero quando si considerano catego-



rie sociali in fase di crescita o gruppi eterogenei e frammentati, in cui lo sviluppo di una sensibilità comunitaria e di sentimenti di appartenenza è ostacolato da criticità strutturali. In questo senso, una riflessione sulla condizione attuale dell'industria dell'arte e della cultura italiana appare particolarmente urgente. Gli enti pubblici hanno manifestato un deciso disinteresse nel sostegno del settore artistico e culturale e dei suoi lavoratori – nello specifico, considerando il mondo dell'arte contemporanea, sono emerse problematiche (spesso tacite o tollerate in passato) relative alla sostenibilità economica di molti ruoli imprescindibili allo sviluppo del settore, in particolare per coloro che occupano posizioni meno stabili o alla base delle gerarchie occupazionali. A seguito del crollo di tutte quelle relazioni, transazioni e movimenti globali che sostenevano il settore artistico-culturale contemporaneo, centinaia di artisti, creativi e dipendenti del settore si sono trovati ad affrontare difficoltà concrete irrisolvibili, essenzialmente legate alla mancanza di equità e alla struttura precaria e non solidale del sistema. Le figure che operano all'interno di enti e istituzioni pubblici e privati per l'arte contemporanea (musei, fondazioni, associazioni culturali, accademie, spazi indipendenti, gallerie) o che svolgono una libera professione in collaborazione con questi stanno prendendo coscienza della loro condizione professionale sia alla luce della crisi che in relazione alla configurazione e struttura dei rapporti di lavoro. È così che nei mesi recenti i lavoratori del settore hanno dato vita ad una nuova concezione di noi formando il gruppo Art Workers Italia (AWI). Contratti atipici o di lavoro intermittente, discontinuità, precariato, retribuzione inadeguata e assenza di enti di tutela specifici fanno sì che le condizioni lavorative siano spesso vulnerabili, nonostante il settore artistico e culturale operi secondo “standard propri dell'industria del lusso,” citando le parole di AWI, e richieda alti livelli di formazione per potervi accedere. In rapporto al desiderio di sviluppare nuove capacità di azione politica il manifesto di AWI recita:

“Le lavoratrici e i lavoratori dell'arte contemporanea sono presenti in maniera capillare e stratificata a tutti i livelli della produzione culturale nazionale e internazionale, con un impatto significativo sulla [COESIONE SOCIALE], la crescita intellettuale e civica delle [COMUNITÀ] e con importanti ricadute economiche sui territori.

[AWI] compie un primo fondamentale passo per uscire da una condizione di [INVISIBILITÀ] ingiustificata e inaccettabile, nella direzione di un pieno riconoscimento civile e politico delle specificità e del ruolo fondamentale svolto dalle professioniste e dai professionisti dell'arte contemporanea all'interno delle dinamiche locali e globali della produzione culturale.”

L'attività di gruppi indipendenti come Art Workers Italia espone con chiarezza come sia necessario implementare nuove strategie di supporto sul piano etico, contrattuale e politico, sostenendo il lavoro di coloro che, spesso agendo dal basso, hanno permesso al settore artistico-culturale italiano di esistere, crescere ed evolversi nel tempo. Il lavoro artistico va aiutato e incoraggiato da ora, nel rispetto della sua essenza e delle competenze necessarie al suo svolgimento, con la consapevolezza di come spesso sia basato proprio su medium e spazi che vivono di in-



terazione diretta, presenza fisica e dinamiche intangibili. Costruire reti più solide con radici comuni, canali di comunicazione basati sul dialogo aperto e favorire scambi di conoscenze che possano garantire maggiori tutele sono strategie valide sia nell'immediato che sul lungo periodo; azioni come queste si stanno rivelando passaggi fondamentali di rafforzamento e comunanza per i giovani che operano nel settore – ma anche per molte fra le piccole imprese artistiche italiane. Creare spazi di comunicazione accessibili significa innanzitutto concentrarsi sull'apertura delle relazioni fattuali e simboliche che rendono possibile la cultura in primo luogo. Sia coloro che producono e distribuiscono conoscenza (come istituzioni e organizzazioni pubbliche, ma anche artisti, spazi indipendenti e lavoratori culturali) che, non meno significativamente, chi fruisce di questo tipo di beni concorrono a formare il carattere dinamico della cultura, e coesistono in quello spazio

comune di natura sociale e politica che contribuisce a renderla vitale.

L'esempio fornito da AWI dimostra l'importanza di introdurre esigenze collettive di retribuzione etica ed equa per quanto riguarda il lavoro artistico e il lavoro culturale sottopagato o non pagato più in generale; allo stesso modo, questo tipo di iniziative consente a chi è estraneo alle specificità del settore di spostare l'attenzione sulla catena di produzione, esposizione e circolazione delle opere (e delle strutture che le ospitano), uno sguardo che rivela una realtà in crisi da tempo per moltissimi lavoratori. I canali digitali si sono dimostrati ancora una volta uno strumento importante per organizzarsi e trovare nuove forme di collaborazione, ascolto e coesione sociale, specialmente alla luce degli ultimi eventi; possono essere mezzi per guardare verso orizzonti più ampi, per dare voce alle disuguaglianze – in questo caso quelle interne al sistema artistico-culturale – e intervenire concretamente. Inoltre, questo momento storico si presta specialmente a una revisione delle condizioni di produzione e consumo: l'acquisto di opere esistenti va incentivato come metodo di supporto tangibile, ma non può essere risolutivo sul lungo termine né può bastare per riattivare il sistema. Ripensare i processi di accumulazione e sovrapproduzione delle opere d'arte emerge quindi come un ulteriore aspetto da tenere in considerazione se si ambisce a mantenere la condivisione di competenze e riflessioni una pratica rilevante. In questo senso l'apertura di un dibattito sulle disuguaglianze si è rivelata un'azione di primaria importanza a livello globale, non solo per questo settore.

Non abbiamo bisogno di produrre, acquistare o consumare. Abbiamo bisogno di progetti che scardinino quelle ideologie che non appaiono più come tali proprio perché profondamente radicate e pervasive. Lo sviluppo verso un modello diverso di gestione del lavoro culturale sarà fondamentale per immaginare nuove forme di coesione, dare spazio a pratiche creative che uniscano la dimensione sociale a quella culturale, e costruire un futuro sostenibile.

*Veronica Gisondi* è scrittrice e curatrice. Si occupa di teoria critica, arte e cultura. Vive a Milano. Nel 2017 ha conseguito un MA in Culture, Criticism and Curation presso Central Saint Martins, University of the Arts, Londra. Collabora con SEF nell'ambito della progettazione.





## SEF PER LA CULTURA

Un'azienda che sostiene  
i più importanti progetti culturali

SEF affianca i migliori progetti culturali fornendo attività di consulenza dalla pianificazione alla realizzazione, proponendo collaborazioni, identificando le misure agevolative più adatte, affiancando gli operatori fino alla concretizzazione del progetto.

Conosci la nostra realtà  
[www.sefconsulting.eu](http://www.sefconsulting.eu)



Cultura | 3

## EDITORIA E IMPRESA

### ATIPICITÀ DI UN'IDENTITÀ IN FIERI



ALESSANDRO  
CANZIAN

**P**er poter comprendere il valore del mercato editoriale, le sue dinamiche e l'acclarata separazione tra valore economico e valore culturale, si considerino i passaggi della vita di un libro: si parte dall'autore, persona dalla cultura medio alta che investe parte del suo tempo nel redigere uno scritto che poi presenta a un editore, colui che è preposto alla pubblicazione, azione intesa nella sua etimologia: rendere pubblico.

Il primo snodo sintomatico del mondo editoriale parte da qui: l'autore presenta e di fatto vende l'opera all'editore. Tale vendita, a differenza di ogni altro prodotto materiale o immateriale, vive la necessità di un valore culturale alto, a cui corrisponde la necessità di un deprezzamento, se non addirittura di una non considerazione economica. L'editore infatti può riconoscere immediatamente i diritti, ovvero una piccola percentuale dei guadagni ipotizzati, o contrattare tale percentuale sulla base del venduto, oppure non riconoscere alcun valore economico. Ma quest'ultima ipotesi, che in altri ambiti implicherebbe una speculazione ai danni di un soggetto, in editoria semplicemente risponde a un'esigenza di sopravvivenza.

L'Editore quindi, o puro o non puro in relazione alla presenza o meno di una tipografia annessa, investirà parte delle risorse in stampa, promozione e distribuzione. Quest'ultimo snodo assorbe il 60% del prezzo di copertina del libro, mentre l'autore, quando riconosciuto, circa l'8%.

Il percorso però non si conclude con l'arrivo, più o meno efficace, del libro in libreria. Infatti si rende necessario, a fronte di una storica crisi delle vendite, investire ulteriori risorse in presentazioni del libro e in partecipazioni a fiere. Nel primo caso la quantificazione delle risorse può

essere particolarmente problematica perché una presentazione coinvolge molteplici e variegati fattori: l'ufficio stampa che si occupa della comunicazione, l'affitto della location, le distanze da percorrere. Il secondo caso invece è maggiormente misurabile in quanto sussistono dei costi fissi, di base come ad esempio l'iscrizione, che per quanto riguarda le maggiori fiere di settore è superiore ai mille euro di investimento.

Tali cifre però rappresentano solo metà del percorso, che è identificabile come un percorso d'impresa, ovvero di produzione e offerta. Le vendite, necessarie, dovrebbero coprire abbondantemente le spese non solo dirette ma anche indirette permettendo il sostentamento del soggetto editore. Balza subito all'occhio, a fronte di un semplice computo delle percentuali, che all'editore non resta che il 20% del prezzo di copertina, sul quale si deve ulteriormente investire riducendo l'introito al pari di quello autoriale.

Poiché il mercato del libro prevede obiettivi non sostenibili, non di rado per sostenersi deve appoggiarsi a istituzioni pubbliche e private, come ad esempio nel caso della saggistica. Questo è fortemente sintomatico di un abbandono, o perlomeno di una separazione, tra il concetto di vendita e quello di promozione. Un libro oggi raramente si promuove per essere venduto, ma allo stesso tempo un libro può esistere solo se ha soddisfatto determinati requisiti economici che non necessariamente derivano dalle vendite. Una spiegazione sintetica come questa necessariamente troppo veloce può aiutare però a comprendere due trasformazioni apparentemente inconciliabili dell'editoria di questi ultimi anni. Da una parte l'aggregazione di editoria e distribuzione fino a rasentare il monopolio di pochissimi soggetti (o di



uno, si pensi a Messaggerie Italiane), da un altro punto di vista la parcellizzazione sempre maggiore della piccola editoria. In realtà i due aspetti sono inconciliabili ma correlati non dal contesto ma dalla sostanza: il libro è materia umana e ne segue l'iter. A un'aggregazione corrisponderanno sempre spinte indipendentistiche con una crescente sempre maggior differenziazione dell'offerta. Nel primo caso avremo un'omologazione data dal monopolio, nel secondo caso una moltiplicazione e diversificazione data da un'esigenza di indipendenza, ma anche da necessità prettamente economiche: maggiori sono le offerte maggiore è la possibilità di introito.

In buona sostanza l'editoria odierna è diventata un'impresa borderline che vive di grandi modelli opposti e che sempre meno fa affidamento sulle vendite, allineandosi sempre più alle dinamiche del terzo settore e imparandone i meccanismi interni. Che tanto sia positivo o negativo non lo si può dire. Si tratta di una realtà che, partendo da fondamenta politiche, è passata a una struttura portante economica e infine speculativa. Di conseguenza è ovvio che il valore intellettuale e culturale non sia più quello commerciale. Ma questo va considerato come uno spazio che si è aperto ed è rimasto latente. Anche in questo caso va considerata la natura dell'editoria, che è una natura lenta, difficilmente propensa ai cambiamenti e all'innovazione, che solo nell'ambito della piccola edito-

ria vede un forte tasso di crescita o di tentativi di muoversi in tale direzione, spesso rallentati dalla farraginosità del contesto.

Tuttavia l'abbandono del concetto di vendita non necessariamente rappresenta la negazione della natura imprenditoriale dell'editore. Si pensi, come detto, al terzo settore, al mondo delle non profit: realtà che inevitabilmente agiscono positivamente sul tessuto circostante anche a livello economico. Una di queste declinazioni sono ad esempio le associazioni editoriali o le associazioni culturali che non hanno come obiettivo primario la pubblicazione di libri ma la accostano a diverse altre attività.

È incontestabile che in tutto questo vi sia ancora una mancanza di definizione, ma anche una possibilità. Perché se è pur vero che la sopravvivenza dell'ambito culturale a cui fa riferimento l'editoria sia indispensabile, per ovvi motivi storici almeno, è anche vero che in un contesto economico speculativo i punti di tangenza non sono altro che compromessi.

In fondo la Storia è fatta di compromessi, a volte grandi, a volte indispensabili.

*Alessandro Canzian è nato nel 1977. Nel 2008 ha fondato la Samuele Editore. Dirige il lit-blog Laboratori Poesia e diversi cicli e festival letterari. Collabora per l'ambito culturale e progettuale con SEF.*



Cultura | 3

## IL RUOLO CENTRALE DELLA PROGETTAZIONE NELL'ARTE



MARCO AMORE

**G**ià nel 1914, Marcel Duchamp si allontanò dalla pittura per dedicarsi al confezionamento di oggetti industriali, estrapolandoli dal loro contesto d'uso e rendendoli opera d'arte attraverso l'esposizione in galleria, come nel caso del suo 'Scolabottiglie'. Scopo di tale scelta era negare l'arte in quanto frutto della manualità, che veniva relegata alla sfera del puro artigianato: ciò che rende un artista tale non è la capacità di manipolare la materia, quanto di infondergli nuovo significato all'interno del contesto in cui l'oggetto esplica la sua funzione. Una scoperta che sembrerà sensazionale ai più, ma che in realtà si inserisce nel solco di una necessità già manifestata precedentemente dall'arte impressionista – e, successivamente, dall'astrattismo –, sorta a causa dell'invenzione della fotografia in contrapposizione alle arti visuali. Non una scelta ispirata, dunque, ma un *obbligo* dettato dalla necessità di sopravvivenza. È ovvio che i fotografi sapessero fare più velocemente e meglio ciò che gli artisti facevano lentamente e con risultati a volte maldestri, ovvero restituire un'immagine della realtà. Senza addentrarsi nelle declinazioni del rapporto d'amore e odio che lega l'arte e la fotografia – nello specifico, la pittura e la fotografia – basta ricordare che con l'avvento della macchina fotografica la pittura aveva praticamente i giorni contati. Duchamp lo sapeva bene – non a caso era prevalentemente un pittore.

L'arte concettuale è figlia di questa assoluta necessità di sopravvivenza. Gli artisti concettuali sostenevano che l'idea di arte risiedesse nella parola o nel pensiero espresso da un'opera, non nel suo aspetto formale. In sintesi: se quando entrate in una galleria d'arte contemporanea trovate una banana fissata al muro con lo scotch, potete incolpare la fotografia. Nel ventunesimo secolo



l'arte sembra essere di tutti e per tutti, perché tutto può diventare arte. Il sistema dell'arte pare quindi democratico, ma il vero problema – come direbbe Baudrillard – è che nessuno la capisce più. “Il problema dell'arte, oggi, è un problema di comprensione dell'opera d'arte”, scrive il filosofo francese. “L'oggetto assoluto è quello il cui valore è nullo, la qualità indifferente [...], e il suo fascino non è più quello della seduzione delle forme, come nell'arte classica, ma la fantasmagoria della propria sparizione”.

Tra gli addetti ai lavori si parla di *impasse*, del bisogno di trovare nuovi linguaggi e forme espressive ibridando altre forme artistiche, o di tentare un ritorno alle tecniche tradizionali. Come affermato da Francesco Bonami in diretta TV: “L’arte contemporanea ha finito il suo ciclo e dovrà ricominciare da qualche parte, ma non si sa da dove”. Eppure, nel corso degli ultimi decenni, qualche passo avanti lo si è fatto. Eclatante fu il caso di Andy Warhol, che sull’orlo della controtendenza intese l’arte come qualcosa di riproducibile e massificato, dando statuto estetico al prodotto comune per eccellenza: l’icona pubblicitaria. L’arte come prodotto della logica consumistica occidentale e la mercificazione dell’oggetto artistico, la cui serialità andava cercata e non rigettata a priori, il cui unico scopo era celebrare l’immaginario collettivo, fu una delle più importanti scoperte della contemporaneità, insieme alla conversione dell’atelier dell’artista in *factory*, cioè in fabbrica. A partire dal secolo scorso la singolarità dell’ispirazione umana sembrò non essere più sufficiente per produrre arte; l’originalità andava ricercata negli archetipi, attingendo dall’inconscio collettivo.

La seconda grande intuizione del Novecento, che derivò direttamente da quest’ultima, può essere ricondotta a Bruno Munari. Le ‘Macchine Inutili’, dice Munari, “rappresentano il passaggio dell’arte figurativa da due, o tre dimensioni alla quarta dimensione: il tempo”. Ma questo passaggio si era già verificato anni prima grazie a Pablo Picasso e al cubismo, giacché tale corrente artistica segnò la rottura rispetto ad un unico punto di vista, introducendo nella rappresentazione pittorica la quarta dimensione, senza cui né i ready-made di Duchamp né le sperimentazioni di Munari sarebbero mai esistite. Tracce di astrattismo e frammentazione in chiaroscuro si ritrovano perfino in ‘Chitarra’ (1912-1913), uno dei primi tentativi di Picasso di abbandonare la bidimensionalità della tela, ma anche in opere precedenti, provenienti dal periodo analitico, come ‘Ma Jolie’ (1911-1912). La vera rivoluzione introdotta da Munari è dunque riconducibile al posizionamento dell’arte come strumento di conoscenza nel mondo; all’incontro fra arte e industrial design, nonché allo spazio dedicato alla progettazione. Fino al Novecento l’arte era considerata completamente inutile: in questo senso, la convergenza di arte e tecnica fu un momento di innovazione rivoluzionaria, poiché permise di riconoscere l’utilità del lavoro artistico.

Le processualità derivate della progettazione sono un filo conduttore che attraversa buona parte della produzione artistica corrente: in cui l’idea prende il sopravvento sull’azione e gli artisti raramente realizzano con le proprie mani. L’atto artistico è sempre più legato all’ambito della progettualità, che si rivela essere un punto interessante da cui l’arte contemporanea può ripartire per tracciare nuove rotte, ma anche un modo innovativo per ripensare un’industria culturale che spesso veicola valori e modelli di comportamento antiquati.

Nel contesto attuale, in cui certa arte tenta ancora di scioccare il suo pubblico, il nonsense e la provocazione hanno finito per rivestire un ruolo di secondo piano, mentre la relazione tra arte e industria emerge come il vero motore della ripresa. Tale relazione va intesa come un rapporto di affinità tra due elementi soggetti alle stesse leggi, derivato da modelli di investimento e sviluppo aziendale che possono trarre vantaggio dagli strumenti dell’*impact investment*. È significativo sottolineare la relazione tra la finanza a impatto sociale – che ha come scopo ultimo il benessere della comunità – e la nozione di ‘arte utile’ – che è legata al raggiungimento di obiettivi sociali misurabili e che mira a intercettare target di fruitori al di fuori del mercato dell’arte contemporanea. L’ingresso della progettualità nell’arte può dunque fornire un sostegno concreto alle azioni intraprese sotto molteplici forme giuridiche d’impresa che, affiancate da un’efficace strategia di marketing, possono favorire l’espressione e lo sviluppo di idee rivoluzionarie, capaci di rispondere alle sfide inedite che ci pone innanzi il futuro.

*Marco Amore*, nato a Benevento nel 1991, è attivo nel mondo dell’arte contemporanea come curatore di mostre in spazi pubblici e gallerie private, sia in Italia che all’estero. A ventisei anni ha esposto, presso la biblioteca nazionale “Vittorio Emanuele III”, sezione Americana e Venezuelana, di Palazzo Reale, Napoli, un taccuino per parole e segni sulle orme di Henry David Thoreau, maturando l’esigenza di adoperare strumenti relativi all’attività letteraria come supporto nella realizzazione di opere d’arte. Il suo libro *Farragine* (Samuele Editore 2019, collana Scilla), è risultato finalista alla XXXI edizione del Premio *Camaio* Proposta – Opera Prima, ed è stato tradotto in colombiano per il Grupo Editorial Ibañez.





## SEF PER L'INDUSTRIA

Consulenze, partnership, idee innovative

SEF è una realtà strutturata per offrire consulenze specialistiche in relazione a ogni tipologia di progetto. Dalla richiesta di agevolazioni a valere su fondi diretti e indiretti erogati dall'Unione Europea, alla proposizione di collaborazioni e relazioni trasversali dall'altissimo valore aggiunto.

Conosci la nostra realtà  
[www.sefconsulting.eu](http://www.sefconsulting.eu)





Disruptive Approach • Next Generation EU

Le prospettive del "dopo Covid-19" • L'importanza dell'educazione finanziaria  
Immanenza, plasticità e archetipo • La sostenibilità imprenditoriale dell'indebitamento  
Le strade di uscita dalla crisi pandemica globale • Quale è la malattia e quale è la cura?

Verso una primavera 4.0 dei valori • Comunicazione d'impresa

Intangible Assets • Inconscio, psicoprogramma digitale e sfruttamento del dato

Il fenomeno crescente delle certificazioni private

Il rafforzamento patrimoniale per le imprese • Project management

Approcci strutturati di Finanza agevolata • Made in Italy post-Covid

Made in Italy e mercato internazionale • Internazionalizzazione d'impresa: cos'è?

Svizzera: porto sicuro per il nostro export • Cina: un'intervista ad Anne-Marie Bruyas

La RIS3 come strumento-guida per lo sviluppo e l'innovazione delle PMI Campane

Il turismo di prossimità • Agricoltura, tecnologia e paradigma socio-economico

Agricoltura multifunzionale e patrimonio enogastronomico

Marchio per la birra artigianale italiana • I tempi della ripartenza e il ruolo del terzo settore

Proposte operative per il Terzo Settore Campania • La sfida europea per il Terzo Settore

Il valore dell'economia sociale nel Terzo Settore • Quelli che... la finanza agevolata

Smart&Start Italia • Horizon 2020 • Emoji Museum • Soggetti e spazi culturali

Editoria e Impresa • Il ruolo centrale della progettazione nell'arte

