

Presentato uno studio alla Bit

*Un terzo della spesa è per la tavola  
«Il motore della vacanza è il cibo»*

Il cibo diventa la voce principale del budget della vacanza in Italia con oltre un terzo della spesa destinato alla tavola per consumare pasti in ristoranti, pizzerie, trattorie o agriturismi, ma anche per cibo di strada o souvenir enogastronomici in mercati, feste

e sagre di Paese. È quanto emerge da una analisi della Coldiretti divulgata in occasione della Bit. Si tratta di un impatto economico che è valutato attorno ai 30 miliardi nel 2022, divisi tra turisti italiani e stranieri che sempre più spesso scelgono il Belpaese come meta

delle ferie per i primati a tavola. Un risultato che dimostra l'immenso valore storico e culturale del patrimonio enogastronomico nazionale dalla cui valorizzazione dipendono molte delle opportunità di sviluppo economico ed occupazionale.

# Anche Campagna Amica avrà il marchio Valtellina E c'è il Distretto del bio

**Ente camerale.** La nuova "etichetta" interessa in totale 85 imprese verdi Coldiretti: «Un progetto individuato come emblematico per il territorio»

SONDRIO

**MONICA BORTOLOTTI**

Marchio Valtellina per 85. Tante sono complessivamente le imprese del Distretto biologico e di Campagna amica di Coldiretti che potranno fregiarsi della nuova "etichetta" territoriale, la "V" che dall'aprile dello scorso anno è segno distintivo e simbolo della Valle.

«Progetti emblematici», come indica la Camera di commercio, che sono altamente coerenti con la strategia camerale di sostegno allo sviluppo locale e valorizzazione delle produzioni agricole

**Le caratteristiche**

E dunque le settanta imprese che partecipano al progetto di Campagna Amica in provincia di Sondrio potranno richiedere e utilizzare il marchio nella declinazione "impresa", che ricomprende le attività di comunicazione istituzionale e, in particolare, per l'apposizione su carta intestata, pagine promozionali, siti web e altro.

«Un risultato ancor più importante - commentano il presidente e il direttore di Coldiretti Sondrio, Silvia Marchesini e Giancarlo Virgilio - perché il nostro progetto è stato individuato dalla Camera di commercio come emblematico per il territorio, insieme a quello del Distretto biologico.



I vertici di Coldiretti: Silvia Marchesini e Giancarlo Virgilio

Ringraziamo la presidente dell'ente, Loretta Credaro, che ha rimarcato come Campagna Amica esprima bene le caratteristiche distintive che si intendono veicolare con il marchio Valtellina».

**I mercati**

Campagna Amica associa le imprese agricole all'interno di Coldiretti che effettuano vendita diretta al pubblico e danno vita ai mercati agricoli che ogni settimana si svolgono sul territorio della provincia di Sondrio: giovedì sia a Morbegno che a Tirano, venerdì mattina a Sondrio in piazza Cavour e,

sempre nel capoluogo, ogni sabato mattina al mercato coperto di piazzale Bertacchi di fronte alla stazione ferroviaria. È quindicinale, invece, l'appuntamento con il mercato agricolo di Bormio in piazza Cavour.

**Bandiera di un territorio**

«Il Distretto biologico e Campagna amica sono progetti che esprimono molto bene le caratteristiche distintive che intendiamo veicolare con il marchio Valtellina - commenta la presidente della Camera di commercio, Loretta Credaro -. Il marchio è la bandiera di un

territorio che è in grado di esprimere attenzione alla qualità e alla sostenibilità, un segno distintivo che sta diventando sempre più conosciuto, grazie anche alle campagne di comunicazione promosse in ambito turistico, nel settore agroalimentare e all'interno degli eventi sportivi e culturali che si svolgono sul nostro territorio».

**Le autorizzazioni**

Attualmente sono 179 le autorizzazioni in corso, concesse per la marchiatura di prodotti e servizi di eccellenza e per l'abbinamento ai materiali di comunicazione istituzionale delle imprese.

Oltre alle imprese che partecipano a "progetti emblematici", possono richiedere il marchio le imprese esportatrici che realizzano almeno il 20% del proprio fatturato all'estero, alberghi e strutture ricettive con almeno il 20% di clienti stranieri o residenti in una regione italiana diversa dalla Lombardia, imprese con sedi in almeno altre tre province, imprese del settore ricettivo e della ristorazione in possesso di attestazioni o certificazioni di qualità rilasciate da organismi nazionali e internazionali accreditati, società benefit, "B Corp", start up innovative, imprese in possesso del rating di legalità, aziende altamente di-



Ogni sabato mattina a Sondrio apre il mercato coperto di piazzale Bertacchi, di fronte alla stazione ferroviaria



Realtà agricole che effettuano la vendita diretta al pubblico



Attualmente sono 179 le autorizzazioni in corso

gitalizzate o che abbiano depositato brevetti.

**Gli attrattori turistici**

Il marchio è inoltre concesso agli "attrattori turistici", ossia imprese con particolari competenze culturali e turistico-territoriali, specializzate e distinte e finalizzate alla valorizzazione del territorio.

Oltre al marchio "impresa", destinato all'apposizione sui materiali di comunicazione istituzionale è possibile anche richiedere il marchio Valtellina per i prodotti agroalimentari già destinatari di Dop, Igp, Doc, Docg, Igt, Sgt, Marchio collettivo geografico o certificazione da agricoltura biologi-

## Piuro, la filiera del castagno Tante adesioni al corso base

**Teoria e pratica**

Oltre settanta i partecipanti alle prime due lezioni In paese l'impegno del gruppo Ass.Fo.Più

Tutti appassionati di castanicoltura. Un vero e proprio boom di adesioni quello fatto registrare dal corso base iniziato a Piuro e organizzato dall'Associazione castanicoltori Lario Orientale, in collabora-

zione con il Comune di Piuro e Ass.Fo.Più. Oltre settanta i partecipanti alle prime due lezioni teoriche previste dal programma del corso. Che sicuramente ha il vantaggio di essere gratuito, ma che forse nemmeno gli organizzatori pensavano potesse avere questo successo.

Il ciclo di studio che ha per tema la coltivazione del castagno da frutto è articolato su tre lezioni teoriche in aula e due lezioni pratiche in selva. La prima

lezione ha toccato l'argomento "Il castagno da frutto: classificazione, caratteristiche, storia e diffusione. Classificazione per tipo di utilizzo e varietà autoctone", mentre quella tenuta venerdì scorso si è concentrata sulle cure culturali, le patologie, la raccolta e la lavorazione dei frutti.

Il corso per la sua parte teorica si concluderà venerdì 17 febbraio con una lezione sul recupero delle selve castanili abban-

donate e dei boschi cedui con cenni di pulizia del soprassuolo, potature, innesti e piantumazione, meccanizzazione e trasformazione delle castagne. Quindi ci saranno le due lezioni pratiche sul campo, in programma sabato 25 febbraio e in una giornata di marzo da definire.

Nel corso degli ultimi anni molti sono stati i tentativi di far ripartire la filiera del castagno in Valchiavenna, sia come possibile integrazione al reddito delle famiglie sia per la manutenzione del territorio. L'ultimo esempio di una certa importanza arriva proprio da Piuro con l'impegno di Ass.Fo.Più per il recupero dei "marroni" di Santa Croce.

**D.Pra.**

Sempre più appassionati alla coltivazione del castagno da frutto

# 138%



## I numeri del 2022 e il rischio rimozione

Nel 2022 gli attacchi informatici sono aumentati del 138%. «Il problema della sicurezza informatica - dice la presidente della Camera di commercio, Loretta Credaro -, non deve essere sottovalutato o, peggio, rimosso, come se si trattasse di una tematica che riguarda solo gli altri»



# Lo scudo contro gli hacker «Anche i piccoli si tutelino»

**L'allarme.** L'ente camerale invita le imprese ad aderire ai servizi proposti «Gli investimenti in tema di cyber security sono ormai imprescindibili»

SONDRIO

Valutare i rischi informatici della propria azienda per evitare attacchi come quello che il 5 febbraio ha coinvolto l'Italia e molti altri Paesi del mondo, quando le difficoltà nelle connessioni internet e l'attacco hacker hanno colpito diversi sistemi aziendali, sfruttando falle già note. Imprese a cui in molti casi sono stati richiesti riscatti nell'ordine di migliaia di euro, in bitcoin.

È partendo da quanto accaduto anche recentemente che la Camera di commercio di Sondrio torna a rilanciare il tema della sicurezza informatica sottolineando la necessità di una maggiore consapevolezza da parte di cittadini e imprese sull'importanza di adottare adeguate misure di protezione. Basti pensare che nel 2022 gli attacchi informatici sono aumentati del 138%.

## Argomento che riguarda tutti

«Il problema della sicurezza informatica - commenta la presidente della Camera di commercio, Loretta Credaro -, non deve essere sottovalutato o, peggio, rimosso, come se si trattasse di una tematica che riguarda solo gli altri. L'attacco della scorsa settimana - aggiunge - ha avuto come obiettivo una falla che era già stata individuata da un paio di anni e che, evidentemente, non aveva sempre portato all'adeguamento dei sistemi aziendali, probabilmente anche per ragioni di



La pirateria informatica è un pericolo sempre più grave e sentito

budget. Ma azioni mirate ed investimenti in tema di cyber security sono ormai imprescindibili per evitare danni considerevoli».

Le Camere di commercio, attraverso i propri Punti impresa digitale, si sono attivate da tempo per incrementare la sensibilizzazione sul tema e promuovono un servizio che offre supporto e strumenti operativi alle imprese, in particolare a quelle che per le ridotte dimensioni non possono contare su competenze interne e risorse adeguate per individuare i rischi informatici, quali furti di dati e di identità e truffe telemati-

che, eventi che possono causare gravi danni, fino a determinare l'interruzione dell'attività».

Il servizio proposto, in collaborazione con Infocamere, si articola su due livelli: il Pid Cyber check di livello base e il Cyber exposure index di livello avanzato.

## L'autovalutazione

Il primo è un test di autovalutazione rapido, accessibile gratuitamente per le imprese, che ha l'obiettivo di fornire all'azienda un quadro generale dei possibili rischi di attacchi informatici, con relativa stima del danno econo-

mico derivante. Un livello di analisi che consente agli imprenditori di conoscere i possibili rischi a cui l'azienda è esposta e di intervenire per salvaguardare la propria attività.

## L'algoritmo

Il Cyber exposure index è, invece, uno strumento più evoluto che, attraverso un complesso algoritmo di estrazione ed analisi dei dati, partendo dal dominio del sito web e dalla casella di posta aziendale, verifica la quantità dei servizi esposti su internet, l'elenco delle vulnerabilità potenziali sfruttabili dall'esterno (già note ai "cybercriminali") e le "fughe di dati" relative ad utenze e password legate all'azienda.

## Due report

Lo strumento prevede l'elaborazione di due report annuali a distanza di sei mesi l'uno dall'altro, in modo da fornire un monitoraggio dello stato di rischio cyber nel tempo. L'accesso al Cyber exposure index prevede il pagamento di 70 euro più Iva.

«La sicurezza informatica è fondamentale - conclude la presidente della Camera di commercio - auspico quindi che le imprese, in particolare quelle di minori dimensioni, meno attrezzate ad affrontare questi rischi, colgano questa importante opportunità offerta dal nostro Punto impresa digitale».

M.Bor.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

ca. Il simbolo Valtellina è un marchio collettivo, concesso, come detto, in forma gratuita alle imprese in possesso dei requisiti indicati nel regolamento d'uso, che assume la funzione di segno distintivo della destinazione turistica e della qualità dei prodotti e dei servizi di tutti i settori economici di attività.

## Nato nel 1982

Il marchio è di proprietà della Camera di commercio di Sondrio, che gestisce anche le procedure di concessione delle licenze. Nato nel 1982, il marchio è stato aggiornato graficamente nel 2004. Nel 2021 la Camera di commercio ha dato

avvio ad un nuovo processo di aggiornamento grafico del logo e delle relative modalità di concessione, con l'obiettivo di ottenere un marchio più inclusivo, moderno, leggibile, semplice da utilizzare e in linea con gli attuali canoni estetici.

## Lo sguardo rivolto ai Giochi

Tutto questo per ampliare ulteriormente il numero dei concessionari e accompagnare il riposizionamento della destinazione turistica "Valtellina" in vista delle Olimpiadi di Milano-Cortina del 2026, cogliendo al meglio questa opportunità unica di visibilità e promozione del territorio.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

# «Lo stile italiano conquista Chi viene poi torna tre volte»

## Turismo

Lo studio Enit alla Bit  
Previsto un +8%  
di arrivi nel Paese  
Impatto da 77 miliardi

Il 20% di chi è stato in Italia negli ultimi 5 anni afferma di esserci tornato almeno tre volte.

Tra gli austriaci e gli svizzeri questa quota sale oltre il 30% mentre gli svedesi sono agli ulti-

mi posti tra i viaggiatori che confermano di avere interesse per le destinazioni italiane, anche in termini di frequenza di visite. E' quanto emerge da un'indagine Enit, presentata ieri alla Borsa Internazionale del Turismo a Milano.

Da un'altra ricerca condotta insieme ad Isnart e Unioncamere si evince un quadro di generale ripresa del settore in Italia che ha prodotto un impatto economico stimato complessivamente

in 77 miliardi di euro, grazie alle spese sostenute da oltre 770 milioni di turisti, tra pernotti in strutture ricettive e alloggi in abitazioni private (secondo case, residenze di amici e parenti, appartamenti e camere in affitto).

L'indagine sul lifestyle italiano che conquista il mondo ha riguardato 5.004 viaggiatori di 11 paesi europei e gli Usa, perché è proprio questo aspetto rimasto maggiormente impresso nei lo-

ro ricordi (43,4% dei casi), seguito dalle bellezze naturalistiche e dal patrimonio culturale (rispettivamente 38,9% e 32,8%). Ciò che invece non ha particolarmente stupito gli intervistati sono i prodotti di lusso.

Secondo Ivana Jelinic, ceo Enit, il 37,7% degli intervistati ha già espresso l'intenzione di venire in Italia nel 2023. «Si registrerebbe, così, un aumento pari a circa l'8% rispetto al dato dell'ultimo quinquennio - ha aggiunto -. In base alle previsioni, la platea dei turisti dovrebbe essere composta per il 14,6% da spagnoli, per il 12,7% da statunitensi e per il 12,3% e 12,2% da svizzeri e austriaci». Il 35% circa di chi ha viaggiato in Italia ha speso fra 500 e 1500 euro. Dallo

studio Enit si nota una tendenza degli statunitensi a spendere molto più di ogni altro. Chi spende meno invece, proviene da Francia e Austria. La spesa media per viaggio si aggira attorno ai 1.800 euro.

«Stiamo puntando ad azioni specifiche di marketing che tengano conto del fatto che la stagione in cui l'Italia ha raccolto il maggior numero di visitatori è quella estiva, selezionata dal 68,7% dei partecipanti alla ricerca», ha dichiarato Maria Elena Rossi direttore marketing Enit.

Dalla ricerca condotta da Enit con Isnart e Unioncamere, che stima l'impatto economico in 77 miliardi di euro, si evince rispetto al 2021 la crescita del

+16,7% per le presenze e del +17,4% per la spesa. Nel 2022 il patrimonio naturalistico è la prima motivazione di vacanza, prende il posto del classico binomio Italia-arte, che «scende» in seconda posizione: il 18,1% degli italiani e il 22,4% degli stranieri si muovono per trascorrere una vacanza a contatto con la natura.

«L'arte, la cultura e la storia d'Italia, comunque, rimangono un caposaldo della destinazione Italia, per i visitatori italiani ma soprattutto per gli stranieri, e nel 2022 è tornata forte la voglia di scoprire musei e monumenti, di partecipare a concerti ed eventi locali», ha spiegato Roberto di Vincenzo presidente Isnart.

Innovazione

Tecnologia Vita sociale e imprese

**L'INTERVISTA STEFANO SOLIANO.** Direttore generale di ComoNext  
«Oggi siamo ancora all'asilo nel training di questa intelligenza artificiale»

# CHATGPT CAMBIA LA VITA «POTENZA DIROMPENTE, SERVONO DELLE REGOLE»

LEA BORELLI

Una rivoluzione dirompente con enormi implicazioni in diversi campi e che deve essere regolamentata». Abbiamo chiesto a Stefano Soliano, direttore generale di ComoNext - Innovation Hub di Lomazzo, di raccontarci lo stato dell'arte di ChatGPT tra presente e scenari futuri.

**È il momento di ChatGPT, tutte parlano, cosa ne pensa?**

ChatGPT di OpenAi è il primo sistema di intelligenza artificiale di questo tipo a essere emerso in maniera così diffusa, ma tutti i grandi si stanno muovendo sul tema, da Apple ad Amazon, in questi giorni doveva esserci anche il lancio di Bard firmato da Google che però ha fatto cilecca, poco prima di uscire gli hanno fatto una domanda alla quale non ha risposto bene, causando un crollo dell'8-9% in borsa del titolo di Google, ma a parte questo è evidente che l'obiettivo più banale è quello di evolvere il concetto di motore di ricerca.

**Cosa c'è alla base di ChatGPT?**

Sono due le tecnologie fondamentali che stanno alla base di questi sistemi di linguistica naturale: la linguistica computazionale e l'intelligenza artificiale. La linguistica computazionale è l'analisi di cosa significano le parole all'interno di una frase in base alla loro sequenza, dai verbi ai sostantivi, analizzando la sequenza delle pa-



Stefano Soliano

role il sistema capisce il senso delle domande. A questo si aggiunge l'intelligenza artificiale: tutto quello che viene appreso rispetto al senso di una frase in un contesto viene memorizzato, archiviato e utilizzato per dare risposte in futuro, quando si ripropone quel tipo di sintassi e di logica. A questo si associa il concetto di motore di ricerca in senso molto allargato, questi sistemi di linguistica naturale capiscono la domanda e vanno a cercare la risposta nei dati che hanno a disposizione

**È vero che le risposte fornite cambiano da un giorno con l'altro?**

Dovevo volare con Edelweiss la compagnia low cost di Swiss, ho chiesto a ChatGPT cosa mi sapeva dire di Edelweiss e ha cominciato a raccontarmi la sua storia dando-

mi anche un giudizio di merito, ovvero scrivendo che sono molto quotati nell'ambito del servizio al cliente e in altri aspetti. Ho ribattuto chiedendo: "mi stai dicendo questo perché hai dei riscontri o perché lo hai letto sul sito della compagnia aerea?" E mi ha risposto che si l'aveva letto sul sito. Gli ho detto: "non sarebbe il caso che tu fossi meno assertivo e più probabilista?" E la risposta è stata a tono: "si hai ragione, devo essere meno assertivo e quando parlo di questi argomenti, avere il beneficio del dubbio". In quel momento ha appreso una cosa nuova quindi un minuto dopo, di fronte alla stessa domanda, la sua risposta sarà diversa

**La sua conoscenza di base è ferma al 2021 ma ogni giorno quindi apprende qualcosa di nuovo?**

Questo dà l'idea dell'enorme potenza che ha un sistema di questo genere, immaginate milioni e milioni di interrogazioni ogni giorno che gli consentono di migliorare di volta in volta la qualità e la centratatura delle risposte. Oggi siamo alle scuole elementari o forse addirittura all'asilo di questo tipo di training dell'intelligenza artificiale associato alla linguistica naturale, ed è chiaro che lo sviluppo non può che portare a una vera rivoluzione. Si avrà sempre a disposizione il dottor Spock a cui sarà possibile fare qualsiasi tipo di domanda e che risponderà nella maniera più corretta, distaccata e asettica. È anche pensabile addestrarlo su quelli che sono le emo-

zioni e i sentimenti umani per cui ci sarà la possibilità che interpreti il senso della domanda e inserisca anche una componente umana.

**Quali sono i punti su cui lavorare oggi?**

È il momento in cui serve lavorare su alcuni punti fondamentali che dovranno regolare lo sviluppo di questi strumenti, perché nel momento in cui fai una domanda in digitale a qualcuno, devi avere il diritto di sapere se la risposta arriva da un umano o da un'intelligenza artificiale evoluta. Questo è uno dei temi su cui i legislatori devono porre attenzione; oggi sono ancora in tempo per farlo, domani magari potrebbe essere troppo tardi.

**Quali gli aspetti negativi?**

Ne sono entusiasta, ma mi rendo anche conto dell'enorme potenziale distruttivo che potrebbe avere. Nel corso di una campagna elettorale per esempio, un'intelligenza artificiale potrebbe essere istruita per diffondere fake news rispetto a un candidato o a una situazione che si sta verificando, ha una potenza dirompente pazzesca, non si stanca, è in grado di generarle a ripetizione in maniera credibile su qualsiasi tipo di media, comunica perfettamente in qualsiasi lingua, significa poter veicolare notizie ovunque. Questo tipo di intelligenza artificiale è associata oggi alla capacità di rispondere in linguaggio naturale, ma può essere associata anche all'elaborazione delle immagini, può creare immagini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## L'intelligenza artificiale nel 2023

I maggiori sviluppi recenti dell'AI (artificial intelligence)

### CONOSCENZA

**ChatGPT**  
è considerato la migliore applicazione software che simula il linguaggio umano mai realizzato per il pubblico; molti pensano che porterà una svolta epocale nel settore

Novembre 2022

### ARTE

**Midjourney**  
genera opere d'arte a partire da input di testo: ha vinto un concorso al Colorado State Fair, senza che i giudici si accorgessero che si trattava di AI

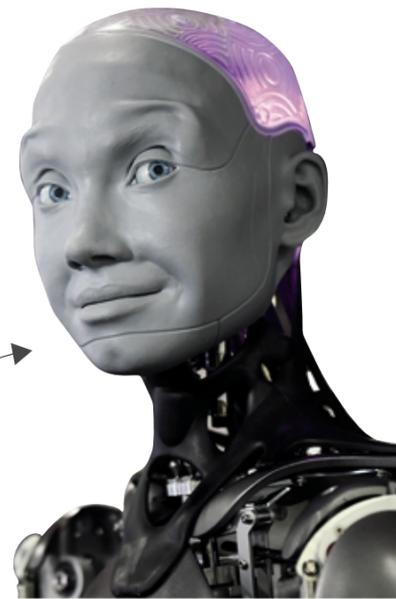
Settembre 2022

### CODIFICA

**AlphaCode**  
di DeepMind's è stato trovato capace di superare molti umani in difficili sfide di programmazione di software

Dicembre 2022

Ameca - progettata da Engineered Arts per essere una piattaforma umanoide per sviluppare AI



FONTE: Chat.openai.com/Engineered Arts/NYT/TheVerge/Science.org/PEWresearch.org

## Dall'avvocato al medico Fine delle professioni?

Diffusi i timori, come spesso accade davanti a qualcosa di così innovativo, che ChatGPT e gli altri tipi di intelligenza artificiale evoluta possano sostituire l'uomo in alcune professioni.

«Si tratta di un elemento dirompente - afferma Stefano Soliano direttore generale di ComoNext - mentre prima la robotica e l'innovazione tec-

nologica venivano viste dai catastrofisti come il motivo di cancellazione di certi tipi di lavori, le tute blu, oggi questo punto di vista catastrofistico si è spostato sulla cancellazione di posti di lavoro dei colletti bianchi. ChatGPT può infatti scrivere pareri legali indistinguibili rispetto a quelli che potrebbe scrivere un bravo avvocato, potrebbe fare referti di

# Un mercato che vale 0,5 miliardi Crescita del 32% in un anno

I dati

I risultati raccolti dall'Osservatorio del Politecnico sui progetto delle imprese

Mezzo miliardo di euro, è questo quanto vale il mercato dell'Intelligenza Artificiale (AI) in Italia nel 2022, con una crescita del 32% in un solo anno. Oltre sei grandi imprese su 10 hanno già avviato un progetto di AI, il 61% (10 punti percentuali in più rispetto a cinque anni fa), mentre la percentuale scende al 15% per le pmi (nel 2021 era il 6%).

I 500 milioni di euro sono suddivisi tra il 73% commissionato da imprese italiane (365 milioni) e il 27% rappresentato da export di progetti

(135 milioni). Questi i risultati raccolti dalla ricerca dell'Osservatorio Artificial Intelligence della School of Management del Politecnico di Milano.

La quota più significativa del mercato dell'AI (34%) è legata a soluzioni per analizzare ed estrarre informazioni dai dati (Intelligent Data Processing), soprattutto per realizzare previsioni in ambiti come la pianificazione aziendale, la gestione degli investimenti e le attività di budgeting. Ma è importante anche l'area di interpretazione del linguaggio, scritto o parlato, la Language AI (28%). In quest'area ci sono, ad esempio, le applicazioni di Generative AI come ChatGPT o DALL-E2, che consentono di estrarre ed elaborare automaticamente informa-



Il sistema per rendere "parlante" Villa Bernasconi a Cernobbio

zioni anche da documenti come atti giudiziari, contratti o polizze o per analizzare le comunicazioni interne o esterne.

Al 19% si segnala poi l'area degli algoritmi che suggeriscono ai clienti contenuti in linea con le singole preferenze (Recommendation System). Infine, il 10% del mercato va alle iniziative di Computer Vision, che analizzano il contenuto di un'immagine in con-

testi come la sorveglianza in luoghi pubblici o il monitoraggio di una linea di produzione e il 9% alle soluzioni con cui l'AI automatizza alcune attività di un progetto e ne governa le varie fasi (Intelligent Robotic Process Automation).

L'esperienza quotidiana degli italiani si concentra sugli assistenti virtuali e sui sistemi di Recommendation. In particolare, i chatbot (programmi che simulano le conversazioni umane), già utilizzati dall'81%, sono ormai diffusi quasi come gli assistenti ricevuti da motori di AI per l'e-commerce e un utente su quattro ha realizzato un nuovo acquisto online dopo averli utilizzati. Il 73% degli italiani inoltre, nutre timori soprattutto sugli impatti che l'AI potrebbe avere nel mondo del lavoro, anche se solo il 19% della popolazione è fermamente contrario all'ingresso dell'AI nelle attività professionali.

«Il 2022 è stato l'anno in cui nuovi prodotti della ricerca

sull'AI hanno fatto il loro ingresso nel mercato, affascinando e sorprendendo anche le persone comuni - evidenzia in una nota stampa Giovanni Miragliotta, direttore dell'Osservatorio Artificial Intelligence - Con ChatGPT che ha raggiunto un milione di utenti dopo solo 2 giorni e DALL-E 2 che ha generato 2 milioni di immagini al giorno, si è sancita la definitiva affermazione dell'AI Generativa. Di pari passo con l'evoluzione applicativa, è nata l'esigenza delle Istituzioni internazionali di tutelare i cittadini dalle possibili implicazioni negative derivanti dallo sviluppo e dall'utilizzo dei sistemi AI». Sono nate linee guida e regolamenti in tutto il mondo e il Consiglio Europeo ha approvato l'AI Act, un approccio di regolamentazione basato sulla classificazione delle soluzioni in base al livello di rischio che possono causare sui diritti e libertà fondamentali dei cittadini. Un percorso che avrà come risultato finale un apparato regolatorio comune tra tutti gli stati dell'Unione. **L. Bor.**

### L'ambivalenza dell'intelligenza artificiale

I sondaggi mostrano differenti livelli di accettazione di potenziali applicazioni AI

Esprimono interesse sulle applicazioni di AI (in %):



### Applicazioni AI

Principali applicazioni recenti, già operative o pianificate

<b>Vigile urbano robot</b> Ottimizza il flusso del traffico regolando i semafori con un algoritmo che processa i dati di traffico in tempo reale	<b>Politici con gli algoritmi</b> Un gruppo chiamato "Partito Sintetico" usa AI per individuare le migliori politiche, basate su dati guida
<b>Israele</b>	<b>Danimarca</b>
<b>E-illuminazione</b> Software programmato per memorizzare insegnamenti di antichi testi buddisti; dà anche consigli o "illuminazione"	<b>Controllo della folla</b> Progetta di usare AI per il controllo degli affollamenti e delle possibili turbolenze nelle aree congestionate nel villaggio olimpico di Parigi
<b>Giappone</b>	<b>Francia</b>
<b>E-salvavita</b> Avverte dei pericoli negli sport natatori, usando telecamere e dati per capire le condizioni dell'acqua e delle correnti	<b>Art-ificial</b> AI software, come Stable Diffusion, che usa stock di foto photos e notizie per generare immagini; si discute della questione del copyright
<b>Israele</b>	

# «È soltanto matematica Non ci deve spaventare»

**L'esperto.** Luca Ferrario, fondatore di DkR, software house a ComoNext  
«Nelle aziende? Sì, circoscrivendo il contesto e integrandola ai sistemi»

LOMAZZO

ChatGPT tra potenzialità, sfide e timori forse infondati, le aziende che si occupano di innovazione ci stanno già lavorando sopra.

Contestualizziamo la situazione per capire di cosa stiamo parlando. L'intelligenza artificiale sviluppa algoritmi e modelli per consentire ai computer di processare e analizzare enormi quantità di dati al fine di prendere decisioni basate sulle informazioni costruite, come il machine learning: l'addestramento delle macchine per eseguire un singolo task preciso, per esempio analizzare in una linea di produzione quali sono le arance difettate. «Gli ambiti di ricerca comprendono anche il natural language processing che studia l'interazione tra computer ed esseri umani usando il linguaggio naturale» spiega Luca Ferrario amministratore e fondatore DkR Srl, software house incubata a ComoNext.

«ChatGPT è la forma più evoluta disponibile attualmente nel campo del natural language processing. Analizza dati in forma testuale per generare altri testi. Ha imparato assorbendo informazioni dalla più grande banca dati costruita fino ad oggi per addestrare un'intelligenza artificiale, questo è stato il vero sforzo fatto da OpenAI, più della realizzazione dell'algoritmo in sé».

Crea testi grammaticalmente corretti e semanticamente significativi, come funziona? «Non è una magia che a un certo punto diventa senziente e ci conquisterà tutti. È un modello,

un algoritmo che è riuscito a condensare le regole del linguaggio naturale imparando schemi. Quando gli viene posta una domanda piano piano risponde, una parola per volta, non è un effetto grafico, è realmente una rete neurale, compone un vocabolo alla volta perché ogni volta si concentra sul predire la parola successiva della frase basandosi sul contesto delle parole precedenti. Ricordiamo che è un algoritmo, è matematica, quando deve generare un vocabolo, crea una distribuzione di probabilità rispetto a tutte le parole del suo vocabolario, gli assegna un peso. Se per esempio le ultime due parole sono "un gatto", qual è la probabilità che la terza sia "nero"? Alta? Allora scrive "un gatto nero". Per quanto sia stupefacente è comunque un algoritmo non ha consapevolezza».

La conoscenza di ChatGPT è stata allenata con una base di dati che si ferma al 2021, alcuni eventi successivi non li conosceva, ma con tutte le interazioni che ha avuto, li ha imparati: «È uscita a novembre ed è stata utilizzata da più di 100 milioni di utenti, un enorme test pubblico che permetterà a OpenAI di perfezionarla per essere poi usata a scopi commerciali».

Uno strumento dalle potenzialità infinite, i chatbot attuali, le chat che troviamo oggi sui siti e che rispondono alle nostre domande, sono spesso deludenti: «Stiamo costruendo chatbot usando la tecnologia di Cha-



Luca Ferrario

tGPT restringendone il contesto. Se per esempio ti trovi sul sito di una tessitura e chiedi informazioni sui filati, ChatGPT ti darà sicuramente risposte corrette e affidabili perché ha immagazzinato una quantità enorme di testi che hanno a che fare con la tessitura. Il pericolo è che chiedendole "qual è il miglior filato che conosci?" lei potrebbe suggerire il nome di un competitor perché era presente nelle banche dati».

La sfida negli utilizzi di ChatGPT è proprio qui: «Bisogna saper circoscrivere il contesto e fornire una serie di regole che le dicono che le risposte devono essere prese solo in un certo sottoinsieme, deve essere aggiornata e poi deve interfacciarsi con i sistemi informativi dell'azienda che le consentono di controllare disponibilità e inviare per esempio link per l'acquisto». **L. Bor.**

### La scheda

## Il test della stanza cinese

L'esperimento della "Stanza cinese" permette di capire esattamente il funzionamento di ChatGPT.

Ideato da John Searle e pubblicato nel 1980, è un controesempio della teoria dell'intelligenza artificiale forte. Alla base del ragionamento di Searle, c'è l'idea che la grammatica non è equivalente alla semantica (significato).

Un uomo di lingua inglese che non sa nulla di cinese, viene chiuso in una stanza con un manuale dove ci sono una serie di ideogrammi cinesi che lui non comprende. Nelle pagine del manuale c'è scritto "a questa domanda (un ideogramma), corrisponde questa risposta (altro ideogramma)". Fuori dalla stanza una ragazza cinese scrive su un foglio una domanda utilizzando gli ideogrammi e la imbuca nella stanza. L'uomo seguendo gli ideogrammi sul manuale, trova la corrispondenza tra ideogramma-domanda e ideogramma-risposta e la trascrive su un foglio. Ad un certo punto l'uomo esce dalla stanza e la ragazza è sorpresa che non sia cinese ma inglese. L'uomo ha fornito infatti tutte risposte corrette pur non conoscendo gli ideogrammi, ha seguito le regole del manuale, si è limitato a manipolare simboli senza significato sulla base di istruzioni.

radiografie, è in grado di confrontare molte più lastre rispetto a un radiologo umano accedendo alle banche dati di tutti gli ospedali del mondo. Le implicazioni che può avere una tecnologia di questo tipo sono enormi da una parte entusiasmanti e dall'altra parte rischiosi».

Un rischio che può essere però attutito: «I nostri governi rispetto a questa ma anche alle altre tecnologie, non possono essere latitanti ne va quasi della riscrittura di un contratto sociale tra cittadini, imprese e istituzioni. Ci sono delle re-

sponsabilità immense, bisogna fare in modo che quando qualcosa è prodotto da un'intelligenza artificiale, debba obbligatoriamente essere evidenziato, deve essere comunicato. Bisogna essere vigili, darci un po' di regole e capire che non si può prescindere da una tecnologia di questo tipo, è troppo potente perché non venga lo stimolo di utilizzarla. Siamo governati da due poteri: il potere politico che abbiamo eletto e il potere digitale tecnologico che non abbiamo eletto, ma che condiziona il modo di comunicare tra di noi».

# La giornalista, il giornale, Como Ecco cosa ChatGPT dice di noi

### Il test

La nostra intervista allo strumento per comprenderne il meccanismo

ChatGPT è alla ribalta delle cronache in questi giorni. Tutti possono chattare con lei gratuitamente all'indirizzo [openai.com/blog/chatgpt/](https://openai.com/blog/chatgpt/), creando un account. Sono milioni le persone nel mondo che quotidianamente "parlano" con lei, aumentando un messaggio alla volta la sua "consapevolezza". Nell'introduzione alla chat si legge: «Sebbene disponiamo di misure di sicurezza, il sistema può occasionalmente generare informazioni errate o fuorvianti e produrre contenuti offensivi o di parte. Non ha lo scopo di dare consigli». Abbia-

mo provato a farle qualche domanda per capire come funziona la sua capacità di apprendimento.

**Domanda:** «Sono una giornalista, vorrei farti qualche domanda».

**Risposta:** «Certo! Sarò felice di rispondere alle tue domande. Quali domande hai in mente?»

**Domanda:** «Hai mai sentito parlare di Lea Borelli?»

**Risposta:** «Mi dispiace, non ho informazioni sulle persone con quel nome. Potrebbe essere una persona privata o un personaggio meno noto. Potresti fornirmi ulteriori informazioni o contesto in modo che possa aiutarti meglio?»

Le spiego che sono io Lea Borelli, le racconto che scrivo per La Provincia e amo leggere e le invio la recensione del libro



Tutti possono chattare gratuitamente con ChatGPT

«Tra le pagine» che si trova sul sito de La Provincia di Como. Dopo qualche minuto un collega da un'altra postazione le chiede se conosce Lea Borelli e lei risponde: «La giornalista Lea Borelli scrive con passione

e amore per i libri, ed è evidente dalla sua descrizione del valore che i libri hanno per lei e per coloro che li amano. Le sue parole trasmettono la forza e l'importanza della letteratura e l'effetto che ha su di noi. Inol-

tre, la sua critica della recente distruzione di una copia del diario di Anne Frank sottolinea l'importanza di preservare la storia e la libertà di espressione attraverso la scrittura».

**Domanda:** «Scrivo per La Provincia di Como, hai mai sentito di parlare di questo quotidiano?»

**Risposta:** «Mi dispiace, ma non ho la capacità di conoscere tutti i quotidiani locali in tutto il mondo».

Dopo gli scambi sopra e l'invio della recensione, da un'altra postazione, alla stessa domanda sulla sua conoscenza de La Provincia risponde: «Sì, conosco La Provincia di Como. È un quotidiano locale che copre notizie e eventi nella provincia di Como, in Italia. Il giornale fornisce informazioni locali su politica, economia, sport, cultura e altri argomenti di interesse per la comunità».

**Domanda:** «Conosci il Lago di Como?»

**Risposta:** «Sì, conosco il Lago di Como. Il Lago di Como è un lago alpino situato a nord dell'Italia, noto per la sua bellezza paesaggistica e per essere

una popolare destinazione turistica. Il lago è circondato da montagne e piccoli villaggi e città, come Como, Bellagio e Lecco. Il Lago di Como è anche famoso per la sua architettura, tra cui villaggi medievali, ville del XIX secolo e giardini botanici».

Uno dei punti forti di ChatGPT è la sua capacità di produrre testi. Le chiedo di creare uno spot per la città in ottica turistica e scrive una vera e propria sceneggiatura. «Ecco un possibile testo per uno spot per la città di Como»: [Immagini di panorami mozzafiato del lago di Como e della città]. Narratore: «Immagina un luogo incantevole, dove l'acqua cristallina del lago si fonde con la bellezza della natura e la storia della città. Questo luogo esiste, ed è Como». [Immagini di gondole che navigano lungo il lago, di vicoli acciottolati e di palazzi storici] Narratore: «Como è un luogo dove potrai esplorare le antiche tradizioni e la cultura locale, passeggiare lungo le strade acciottolate del centro storico e godere di viste panoramiche mozzafiato del lago». **L. Bor.**

# La mappa digitale che accompagna le escursioni e i giri turistici

**Turismo.** La startup RedoMap di Castelnuovo Bozzente è nata osservando i visitatori in bici del Parco Pineta «Strumento facile, sempre aggiornato e su misura»

MARIA GRAZIA GISPI

Una mappa digitale, su smartphone, con tecnologia RedoMap per orientarsi rapidamente lungo un itinerario turistico con tutte le informazioni immediatamente fruibili nel momento in cui servono, tappa dopo tappa. Navigando da browser e ascoltando la voce narrante dei luoghi. Il nuovo strumento per viaggiare, versatile, può essere interpretato per ogni luogo e per ogni visitatore, dal percorso per bambini raccontato come una fiaba a quello in bici o in auto, le possibilità sono infinite.

**L'idea**  
È osservando le persone, al noleggio bike di Parco Pineta, che è venuta l'idea a Carlo Arrigoni, oggi amministratore unico della startup RedoMap, sede a Castelnuovo Bozzente.

«Nel momento in cui si noleggia una bici, ma vale per ogni partenza, si ha subito voglia di muoversi, di partire alla scoperta dei luoghi, ma serve avere una mappa e organizzare l'itinerario, ascoltare le spiegazioni. Anche scaricare una app rallenta. Sono tutti passaggi che smorzano l'entusiasmo iniziale - spiega il fondatore della startup - per questo ho voluto perfezionare uno strumento che fosse molto facile per visitare il territorio e che permettesse ai visitatori di partire subito. Era il 2018 e osservavo come mappe o cartine o anche il classico tracciato con i cartelli

rischiavano di interrompere il processo emozionale che precede la partenza e quindi impedivano di godere appieno del parco. Il processo informativo alla partenza era poco soddisfacente. Quindi ho pensato a uno strumento per i clienti, per i turisti che vogliono conoscere i luoghi ma devono poterlo fare facilmente, con la garanzia di contenuti ottimi e carte aggiornate. Nasce in questo modo l'idea di RedoMap, sviluppato come strumento che in itinere fornisce tutte le informazioni necessarie per godere del percorso e può essere applicato a ogni situazione».

Durante il percorso, il turista o l'ospite di una struttura, avrà il supporto del GPS e in prossimità dei punti di interesse riceverà una notifica con la possibilità di accedere a informazioni in forma scritta o audio. È un modo interattivo ed evoluto di scoprire il territorio e funziona anche con poca connessione.

Il viaggio diventa così un flusso continuo sia a piedi, in bici o in auto e naturalmente RedoMap può essere interpretata per ogni luogo e per ogni tipologia di viaggiatore, aiutando a raggiungere l'obiettivo di ogni tour operator: trasformare il viaggio in una esperienza.

La tecnologia RedoMap, il marchio è registrato, è ora promossa presso operatori del settore turistico, albergatori e qualunque struttura ricettiva.

«Quando un ospite arriva in hotel subito chiede "cosa fare", è alla ricerca di esperienze emo-

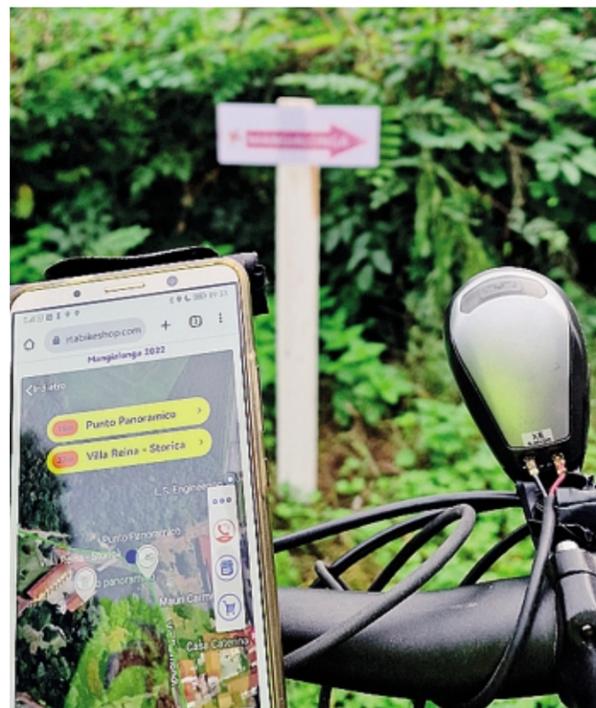
zionali che gli lascino un ricordo piacevole - osserva Arrigoni - e di solito gli vengono fornite tutta una serie di materiali e informazioni che di emozionale hanno poco. Con il link a RedoMap che interpreta quel luogo specifico e nei modi e linguaggi del pubblico corretto, immediatamente si apre la pagina web dedicata dove troverà la possibilità di selezionare ed individuare, facilitato da immagini, gli itinerari più adatti alle sue esigenze e curiosità».

## Il target

RedoMap si rivolge ai professionisti del turismo: facilita quel passaggio di informazioni sui luoghi, monumenti, bellezze naturali o ristoranti che si trovano nell'area di interesse. Si tratta di uno strumento per riorganizzare e dare nuovo valore alle esperienze del territorio permettendo una fruizione interattiva all'ospite.

I contenuti, la loro affidabilità e qualità, sono affidati a chi gestisce l'ospitalità che ha tutto l'interesse a rendere il soggiorno piacevole e a garantire la più ampia e varia conoscenza dei luoghi, inoltre sa quali sono gli interessi dei suoi ospiti: arte, natura, gastronomia, sport. Le declinazioni sono infinite perché è possibile configurare i percorsi su RedoMap come si preferisce.

Per ogni hotel, ma vale anche per musei, parchi o ogni luogo che desidera avere uno strumento flessibile per rendersi attrattivo, l'itinerario o gli itinerari implementati su RoadMap sono di proprietà, accessibili diret-



I siti di maggiori interesse segnalati sullo smartphone



Carlo Arrigoni, fondatore di RedoMap

tamente dai loro siti e la pagina è inviolabile: i dati saranno sempre protetti.

«Non ultimo permette un interessante e proficuo networking di territorio e profitto in rete perché è possibile inserire artigiani locali, ristoratori e mettere poi prodotti e servizi in vendita direttamente on line sulla pagina - aggiunge l'ideatore - presenta aspetti di pagamenti sicuri e privacy, offre soccorso GPS interattivo da remoto per l'ospite perché si conosce sempre la sua posizione, in forma anonima, infine aumenta affidabilità e il site ranking del sito sui motori di ricerca».

Dalla fiera Hospitality a Riva del Garda alla Bit di Milano, è in atto un processo di diffusione che ha raggiunto clienti in Italia e all'estero, in Germania.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La crescita dei servizi per le attività open-air

È in forte crescita lo sviluppo digitale dei servizi turistici, lo rileva l'Osservatorio Innovazione Digitale nel Turismo del PoliMi.

Nel 2020 il mercato si era dimostrato premiato verso gli attori più abili nel rispondere alle esigenze del viaggiatore, attraverso garanzie di flessibilità e sicurezza, e nel 2021 questa tendenza si è concretizzata con un'esplosione del turismo openair. Inoltre in funzione alla "nuova socialità" si è resa necessaria una sempre maggiore digitalizzazione del viaggio, che ha portato a una razionalizzazione dei processi e all'eliminazione di interazioni non essenziali.

La startup RedoMap interpreta questo contesto, nasce dalle esigenze che il covid ha accentuato, ma che erano già un trend prima della pandemia.

I viaggiatori, anche in funzione al cambio generazionale in corso, sono sempre più attenti agli strumenti digitali, soprattutto nell'open-air dove si cerca il contatto con la natura, ma senza rinunciare al comfort e questo significa anche scoprire facilmente e in sicurezza i territori sfruttando l'innovazione tecnologica.

Le vacanze open air attraggono una buona fetta di italiani: nel 2022 il 58% ha svolto attività sportive outdoor o all'aria aperta, il 50% si è recato in una località di mare, montagna, campagna o lago e il 19% ha soggiornato in campeggio, agriturismo o villaggio turistico. Molte delle prenotazioni sono ispirate o finalizzate online, fino al 60%, ma l'utenza ha segnalato difficoltà nel reperire e isolare le informazioni corrette, timore che il 22% dei viaggiatori ha cercato di superare dichiarando di essersi rivolto esclusivamente all'agenzia, per non incorrere in errori.

Si va quindi sviluppando un'offerta turistica sempre più orientata e centrata sul cliente, il comparto intero sta spingendo sulla digitalizzazione, spesso attivando delle partnership per generare un'offerta più completa e attrattiva e per migliorare la capacità di ingaggio.

## LA SCHEDA

**PREMIAZIONE ALLA BIT**  
**Domani la premiazione alla Bit di Milano per RedoMap: la startup è stata selezionata da Eu Eco-Tandem, programma europeo avviato nel luglio 2020 per agevolare la costruzione di capacità green nel turismo e facilitare collaborazioni intersettoriali nel settore del turismo. Durante la cerimonia alla Bit verranno premiati i "Tandem" vincitori del Programma BIZ e verranno presentate le loro soluzioni innovative per la transizione green nel settore turistico.**

## I PARTNER





# IMPRESE & LAVORO



«Non c'è buona economia senza buoni imprenditori» PAPA FRANCESCO

## AGRICOLTURA FORMATO INDOOR NUOVO PLANT NEL COMASCO

In avvio a Cirimido i lavori per il nuovo stabilimento di Planet Farms interamente dedicato al vertical farming «Utilizziamo il 95% di acqua in meno rispetto alle coltivazioni tradizionali e i prodotti durano più a lungo»

MARIA GRAZIA GISPI

**A**gricoltura sostenibile indoor: Planet Farms cresce con un nuovo polo produttivo in provincia di Como. Mara Valsecchi, Ceo di Planet Farms Italia, spiega come si è ampliato il mercato dei prodotti coltivati in modo verticale e sostenibile.

**Dove sarà la sede prevista in provincia di Como?**

La nuova sede di Planet Farms nascerà a Cirimido. Abbiamo scelto una collocazione geografica che favorisca lo scambio con i centri logistici e la grande distribuzione, ma che sia al tempo stesso vicino ai grandi centri urbani. I nostri prodotti freschi raggiungono lo scaffale del supermercato lo stesso giorno in cui vengono raccolti e imbustati. Inoltre, grazie alla tecnologia con cui vengono prodotti, siamo in grado di preservarne la freschezza più a lungo rispetto ad altri.

**Quali sono le caratteristiche del nuovo polo produttivo?**

Lo stabilimento di Cirimido si estenderà su circa 20mila metri quadrati. Il doppio della superficie rispetto al nostro primo stabilimento di Cavenago in Brianza. Nel nuovo sito produttivo, Planet Farms porterà avanti la coltivazione idroponica indoor di ortaggi, a partire da insalate baby leaf e basilico, attraverso la tecnologia del vertical farming. Così come per la produzione, anche sul fronte degli allestimenti tecnici, il nostro obiettivo è quello di utilizzare al meglio le risorse. Abbiamo fissato al 2025 il momento in cui il nostro approvvigionamento energetico dipenderà interamente da fonti sostenibili. Come azienda tecnologica ci evolviamo costantemente: il nuovo stabilimento di Cirimido rispecchia il nostro credo in fatto di efficienza e risparmio energetico e sarà alimentato anche tramite energia fotovoltaica.

**Quali sono i tempi stimati per la realizzazione?**

I lavori di realizzazione del nuovo stabilimento inizieranno entro la fine del mese di febbraio, con chiusura prevista a inizio 2024. Ci impegneremo per rispettare le tempistiche di progetto così da poter contare anche sulla capacità produttiva di Cirimido per far fronte alle richieste del mercato.

**Sono previste nuove assunzioni?**



Mara Valsecchi, Ceo di Planet Farms Italia

Planet Farms cresce ogni giorno insieme al suo organico. Alcune ricerche di figure professionali sono già aperte e nello specifico per il nuovo stabilimento di Cirimido ci concentreremo su figure dedicate al settore produttivo.

**Si prevede una esportazione verso nord, verso la Svizzera?**

La Svizzera è un mercato interessante per il profilo dei consumatori che la abitano e per l'interesse verso prodotti di alta qualità e sostenibili, per cui non lo escludiamo.

**Qual è stato l'impatto del rincaro dell'energia per una produzione indoor come la vostra?**

L'impennata dei costi energetici attuali ci ha spinto sicuramente a trovare efficienze addizionali: i nostri stabilimenti sono sviluppati in modo da potersi collegare a qualsiasi fonte energetica a livello globale, adattandosi alle diverse condizioni ambientali circostanti. Il nostro obiettivo è quello di essere interamente approvvigionati da fonti sostenibili entro il 2025 viaggia anche in questa direzione.

**Perché la formula di Planet Farms è ritenuta una soluzione sostenibile?**

Il vertical farming nasce con lo scopo di massimizzare le potenzialità dell'agricoltura utilizzando meno suolo e risorse possibili, per esempio, viene utilizzato il 95% in meno di acqua rispetto alle colture tradizionali, all'interno di un ambiente protetto e isolato dall'esterno, per evitare il contatto con agenti patogeni e di conseguenza l'uso di fitofarmaci e pesticidi, dannosi per la salute e l'ambiente, facendo esprimere



L'interno del sito produttivo di Cavenago



Il rendering del nuovo stabilimento di Cirimido

re alle piante tutto il loro valore nutrizionale. I prodotti Planet Farms sono sostenibili non soltanto durante il processo produttivo, ma anche quando arrivano nelle case dei consumatori. Grazie alla tecnologia con cui vengono prodotti non necessitano di essere lavati, evitando ulteriore spreco di acqua, e hanno una shelf life più lunga che permette quindi di avere più tempo per consumare il prodotto ed evitare che venga cestinato. Da ultimo ma non meno importante, il modo in cui coltiviamo e curiamo le no-

stre insalate ci permette di portare in tavola un prodotto dal gusto superiore.

**Si tratta di un'azienda molto giovane, come è nata?**

Planet Farms nasce da una storia di amicizia tra Luca Travigliani e Daniele Benatoff e dal sogno comune di dare vita al più innovativo e avanzato progetto di vertical farming al mondo: la mission principale è produrre prodotti agricoli sani e nutrienti in modo sostenibile.

L'azienda è cresciuta molto negli ultimi mesi e conta oggi 90 dipendenti, destinati ad aumentare con l'apertura della nuova farm a Cirimido. Ma i progetti di espansione non si fermano: Planet Farms è attualmente una realtà leader in Europa che vanta anche il primato di aver costruito la prima vertical farm dedicata all'alta ristorazione presso il ristorante tristellato Da Vittorio a Brusaporto, Bergamo, e sta già pensando a un piano di crescita internazionale. Per il proprio sviluppo, l'azienda ha avuto a disposizione un round di investimento di 40 milioni di euro e ha ottenuto di recente un finanziamento di 17,5 milioni di euro concesso da UniCredit e assistito dalla Garanzia Green di Sace dedicato al nuovo stabilimento comasco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### Sugli scaffali dei negozi con le insalate e il pesto

Il settembre 2021 è il momento chiave perché dopo oltre sei anni di ricerca applicata, Planet Farms è arrivata sul mercato con le sue prime insalate in busta, prodotte nella indoor farm brianzola con il sistema di coltivazione verticale che permette di armonizzare i parametri fondamentali per la crescita degli ortaggi e consente di produrre in spazi ridotti senza sprecare acqua. Per dare un'idea della scala produttiva, basti pensare che a Cavenago, prima sede

produttiva, è attiva una superficie di un ettaro la cui capacità è pari a un'area di 250-300 ettari di agricoltura tradizionale. I prodotti a marchio Planet Farms presenti sul mercato sono le insalate e il pesto. Il marchio è tra l'altro presente nei punti vendita Esselunga, Il Viaggiator Goloso, Iper La Grande i, Unes, Il Gigante.

«La sfida - si legge in una nota della società - è quella di offrire un prodotto buono, di altissima qualità organolettica, nel rispetto della migliore

cultura alimentare e tradizione agricola italiana. Grazie all'esperienza dei suoi agronomi e alla possibilità di orchestrare in modo ottimale, per ogni specie, le condizioni ambientali quali luce, calore, umidità, concentrazione di CO2, acqua e sali minerali, i prodotti Planet Farms sono, soprattutto, buoni da mangiare».

All'orizzonte c'è il desiderio di crescere anche all'estero, attualmente la società ha basi e partnership in Portogallo, Olanda, Inghilterra e Svizzera.

Non c'è contrapposizione con il mondo agricolo tradizionale. Anzi. «Planet Farms - dicono i fondatori Luca Travi-

gliani e Daniele Benatoff - non sostituisce coi suoi processi produttivi l'agricoltura tradizionale ma la affianca e la integra. Grazie al progetto di ricerca e sviluppo, che è stato il punto di partenza per la creazione dell'azienda stessa e ancora oggi è la sua guida di punta, Planet Farms sarà in grado di studiare le piante in modo estremamente tecnico e ravvicinato durante tutta la fase di crescita, scoprirne i parametri e i bisogni, decifrarne le variabili di contesto. Tutta questa nuova conoscenza, composta principalmente da dati, sarà tracciabile, immagazzinabile e dunque più facilmente trasmissibile al resto del mondo agricolo».

## ECONOMIA

## Lariofiere nel 50esimo punta all'ampliamento

**ERBA** (mbn) «E' un momento importante per Lariofiere che festeggia il 50° dalla apertura del polo fieristico, così come la cinquantesima edizione della Mostra dell'artigianato»: **Fabio Dadati**, presidente della Fondazione Lariofiere, ha presentato nei giorni scorsi la mostra Fornitore offresi, che era in programma fino a

sabato 11, nei padiglioni del centro espositivo erbese, annunciando qualche novità. Prima di tutto la volontà di poter un giorno arrivare all'ampliamento del centro attraverso la realizzazione di un nuovo padiglione e relativo parcheggio interrato. Il tutto nella parte retrostante il centro. Ciò per andare incontro alle esigenze di fiere come Fornitore offresi che dimostrano grande apprezzamento da parte degli espositori. Avere più spazio significa accogliere più aziende. «Questa è una manifestazione in crescita. Il problema è che non riesci a dare spazio a tutti».



Ecco le previsioni occupazionali per il primo trimestre 2023. I primi segnali sono incoraggianti

# Excelsior, le imprese lariane prevedono 20.900 nuovi ingressi (7.300 a Lecco)

**LECCO** (ces) Proseguono le rilevazioni dell'indagine Excelsior sulle previsioni di assunzione, svolte mensilmente dalle Camere di Commercio (per le imprese oltre 40 addetti) e da Infocamerie tramite l'invio di questionari online e interviste telefoniche.

L'indagine rileva che nel 1° trimestre 2023 le imprese delle province di Como e di Lecco prevedono di effettuare complessivamente 20.900 nuovi ingressi: 13.580 a Como e 7.320 a Lecco. Nel trimestre precedente il dato complessivo si era attestato a 17.010; pertanto si registra un incremento di 3.890 unità: +22,9%. La crescita riguarda entrambi i territori lariani: a Como le assunzioni previste aumentano di 2.710 unità (+24,9%), a Lecco di 1.180 (+19,2%). Rispetto al 1° trimestre 2022, Como passa da 11.660 a 13.580 assunzioni previste (+16,5%), mentre a Lecco da 6.220 a 7.320 (+17,7%). Come ha anche superato il numero delle assunzioni previste nei primi tre mesi del 2019 (l'anno pre-pandemia): +12,7% (ovvero 1.530 unità in più); a Lecco i nuovi ingressi restano al di sotto di quelli pre-pandemia: -2,4% (-180 persone). Nella nostra regione i nuovi posti di lavoro previsti nel 1° trimestre 2023 sono 290.830 (+12,5% rispetto al 4° trimestre 2022; +13,9% nei confronti del 1° trimestre 2022; +12,4% rispetto al 1° trimestre 2019); a livello nazionale sfiorano le 1.310.000 unità (rispettivamente +7,1%, +12,9% e +13,1%).

Nel 1° trimestre 2023, il 39,8% delle entrate previste dalle imprese lariane si concentra nel comparto industriale: 8.320 nuovi contratti, di cui 1.560 riguardano il settore delle costruzioni. L'intero comparto incrementa le assunzioni preventivate del 34,8% rispetto ai tre mesi precedenti (+2.150 unità: Como +33,3%; Lecco +36,7%).

Gli ingressi previsti nel terziario sono 12.580 (ovvero il 60,2% del totale, in diminuzione rispetto al 63,7% del 4° trimestre 2022); in particolare, le nuove assunzioni previste sono 2.420 nel commercio, 3.510 nel turismo e 6.650 negli altri servizi. L'intero comparto mostra un incremento delle assunzioni del 16,1% rispetto ai tre mesi precedenti, pari a 1.740 unità in più (Como +1.590: +21,2%; Lecco +150: +4,5%). Anche rispetto al 1° trimestre 2022 il terziario lariano evidenzia una crescita: +2.260 assunzioni previste (+21,9%); per Como +1.740 (+23,6%); per Lecco +520 (+17,6%).

Nel mese di gennaio 2023, sulle 8.210 assunzioni programmate dalle imprese lariane (+1.060 unità rispetto a



**Marco Galimberti**, presidente della Camera di Commercio Como e Lecco

gennaio 2022, +14,8%; +350 persone e +4,5% rispetto a gennaio 2019), la quota con contratto a tempo indeterminato cala di oltre due punti percentuali rispetto a gennaio 2022 (dal 39,3% al 36,8%), ma è in forte ripresa nei confronti dello stesso mese del 2019 (31,3%); il dato di quest'anno continua a essere inferiore alla media regionale (41%), ma superiore a quella nazionale (33%).

Cala dal 57,4% del gennaio 2019 all'attuale 52,4% la quota di nuovo personale che le imprese lariane intendono assumere con contratto a tempo determinato (a gennaio 2022 il valore era pari al 50,6%); la percentuale attuale è superiore alla media regionale, ma inferiore a quella nazionale (rispettivamente 49% e 57%). Lecco

scende dal 58% del gennaio 2019 al 48% del gennaio 2023 (a gennaio 2022 la quota si era attestata al 47%); Como dal 57% al 55% (a gennaio 2022, 53%).

A Lecco, i comparti con le più alte quote di assunzioni a tempo indeterminato sono manifatturiero e servizi alle imprese (rispetto al gennaio 2019 crescono entrambi: il primo dal 37% al 49%, il secondo dal 35% al 51%). I contratti a tempo determinato sono molto utilizzati per servizi alle persone e commercio: a gennaio 2022, rispettivamente 70% (contro il 73% dello stesso mese del 2019 e il 72% del gennaio 2022) e 58% (come nel gennaio 2019; nel gennaio 2022 erano il 56%).

Rispetto a gennaio 2019, nello stesso mese del 2023 diminuisce la quota dei nuovi

ingressi programmati dalle imprese lariane con meno di 50 addetti (dal 58,3% al 57,9% del totale; a gennaio 2022 la percentuale era del 57,6%); aumenta quella delle medie aziende (dal 21,5% al 22,8%; a gennaio 2022 era il 22,5%); cala quella delle realtà imprenditoriali con più di 250 addetti (dal 20,2% al 19,4%; a gennaio 2022 era il 19,9%). Sempre a paragone con gennaio 2019, a gennaio 2023 cala la quota di assunzioni previste dalle imprese lariane e riservate a figure "high skill" (ovvero dirigenti, specialisti e tecnici), attestandosi al 22,3% (era pari al 24,4% nel gennaio 2019 e al 22,8% nello stesso mese del 2022); il valore è inferiore alla media regionale e nazionale (rispettivamente 32% e 25,5%). La quota di Lecco scende dal

23,9% al 21,3% (passando però il 22,1% di gennaio 2022).

Rispetto a gennaio 2019, cresce la quota di assunzioni che le imprese lariane intendono riservare a personale laureato: si passa dal 14% al 15,8% (quota invariata rispetto allo stesso mese del 2022); il valore è però inferiore sia a quello lombardo (23,2%) che a quello italiano (19,1%). Como si attesta al 16,7%; Lecco al 14,3%.

Nell'area lariana gli ingressi di diplomati previsti scendono al 52,2% delle assunzioni totali (contro il 67,8% del gennaio 2019 e il 59% dello stesso mese del 2022): il 32,7% con diploma di scuola media superiore (contro il 37,8% di gennaio 2019 e il 34,7% di gennaio 2022) e il 19,5% di Istituto professionale (contro il 30% di gennaio 2019 e il 24,3% di gennaio 2022). Viceversa, crescono dal 17,9% al 32% i casi in cui è richiesto il semplice assolvimento dell'obbligo scolastico. Como, con il 34% (a fronte del 20,2% di gennaio 2019 e del 26,5% di gennaio 2022) è all'8° posto in Lombardia; Lecco è al 2° posto, con il 28,7% (era al 14,7% nel gennaio 2019, e al 23,7% un anno dopo).

Nelle previsioni relative a gennaio, tra i profili maggiormente richiesti troviamo una prevalenza di figure a media e bassa specializzazione. Per Como "personale non qualificato nei servizi di pulizia e in altri servizi alle imprese" (490 persone, pari al 9,5% degli ingressi previsti nel mese); "cuochi, camerieri e altre professioni dei servizi turistici" (480: 9,3%) "personale di amministrazione, di segreteria e dei servizi generali" (450: 8,8%); "operai specializzati nell'edilizia e nella manutenzione degli edifici" (340: 6,6%); "tecnici della sanità,

dei servizi sociali e dell'istruzione" (270 persone, pari al 5,3%). Per Lecco "operai nelle attività metalmeccaniche ed elettromeccaniche" (670 nuove assunzioni, pari al 21,8% degli ingressi previsti a gennaio); "personale di amministrazione, di segreteria e dei servizi generali" (210 persone, pari al 6,8%); "cuochi, camerieri e altre professioni dei servizi turistici" (180: 5,9%); "operai delle attività metalmeccaniche richiesti in altri settori" (170: 5,5%); "tecnici in campo informatico, ingegneristico e della produzione" (170: 5,5%).

Rispetto a gennaio 2019, i giovani con meno di 29 anni sembrano avere minori opportunità; infatti la quota delle assunzioni previste nello stesso mese del 2023 dalle imprese lariane e riservate agli "under 29" diminuisce dal 30,5% al 27,6%, più bassa della media regionale e nazionale (rispettivamente 30,2% e 30,3%). Come scende dal 30,4% di gennaio 2019 al 26,5% (a fine gennaio 2022 la quota era del 23%) e occupa l'ultima posizione regionale. Lecco scende dal 30,6% al 29,6% (a gennaio 2022 26,9%) e occupa l'11a piazza.

L'analisi dedica particolare attenzione alle figure professionali di difficile reperimento. Nell'area lariana, per il mese di gennaio 2023 la loro quota si conferma molto consistente, e pure in aumento: si attesta al 46% (contro il 34,3% del gennaio 2019 e il 41% dello stesso mese di due anni dopo), mantenendosi superiore sia alla media regionale che a quella nazionale (pari, rispettivamente, al 44,1% e al 45,6%). Il fenomeno è in peggioramento sia a Como (44,1% dei nuovi ingressi previsti, rispetto al 33% di gennaio 2019) che a Lecco (dal 36,3% al 49,4%) 17. A Como (cfr. tavola 12) le famiglie professionali per cui le aziende trovano maggiori difficoltà sono: "area produzione di beni ed erogazione del servizio" (1.180 figure, con un'incidenza del 48,9% sul totale settoriale), "aree tecniche e della progettazione" (390 unità: 57%) e "aree commerciali e della vendita" (280 figure: 41,5%). Lecco evidenzia le stesse criticità: "area produzione di beni ed erogazione del servizio" (820 figure, che rappresentano il 51,3% del totale delle assunzioni settoriali); "aree tecniche e della progettazione" (310 figure: 67,7%); "aree commerciali e della vendita" (150 unità: 34%). Per tutte le aree di inquadramento del personale le imprese lecchesi segnalano maggiori difficoltà di reperimento maggiori dei comaschi, ad eccezione dell'area commerciale e delle vendite

## Nuovo corso proposto da Confcommercio Lecco per mercoledì 8 e mercoledì 15 febbraio Siete pronti a gestire il cliente difficile?

**LECCO** (ces) Vi capita spesso di avere a che fare con clienti difficili e aggressivi? Se la risposta è sì questa proposta di Confcommercio Lecco fa proprio al caso vostro! E' in programma mercoledì 8 e mercoledì 15 febbraio, dalle ore 14 alle 18, il corso "Pronti a gestire il cliente difficile": le iscrizioni sono da effettuare entro il 31 gennaio.

Durante questo corso di 8 ore - rimborsato al 100% per le imprese regolarmente iscritte agli Enti Bilateralmente del Terziario e del Turismo - il personale che generalmente si trova a stretto contatto con i clienti (venditori, commesse, commerciali, baristi e camerieri...) imparerà a gestire tutte le componenti ostili, a rafforzare le re-

lazioni con i propri interlocutori e soprattutto a tutelarsi in situazioni ad alta tensione, che potrebbero, nel peggiore dei casi, diventare pericolose.

In ogni professione, soprattutto in quelle a contatto con la clientela, si nasconde infatti il timore che si vengano a creare delle situazioni complesse o tese. Sempre più spesso succede che anche gli operatori faticino a mantenere un equilibrio e a gestire ottimamente queste circostanze, mettendo a repentaglio la relazione con il cliente, con il rischio di perdere involontariamente il controllo, o peggio ancora, di perdere l'utente stesso.

Questo corso - che viene ripre-

sentato nuovamente dopo qualche anno, con un programma aggiornato e più attuale, che tiene conto delle conseguenze che il Covid ha avuto anche sul modo di relazionarsi delle persone, diventate spesso più vulnerabili, irascibili e aggressive - vuole aiutare i partecipanti ad essere preparati a gestire anche le situazioni più complesse, imparando ad esempio a capire i segnali verbali e non, ad agire tramite una comunicazione appropriata e ad esprimersi con le parole giuste.

Per ulteriori informazioni e per iscrizioni al corso (da effettuare entro il 31 gennaio) contattare Confcommercio Lecco - ufficio Formazione: email [formazione@ascom.lecco.it](mailto:formazione@ascom.lecco.it)

Presentati a Villa Futura di Sirtori i risultati di uno studio per pazienti affetti da fibromialgia

# Keope, la rivoluzione del benessere

Roberta Sartore: «Non c'è niente di più bello di aiutare alcune persone a superare problemi quotidiani, più o meno difficili, e migliorare la loro qualità della vita...»

**SIRTORI** (oe1) Varcare il cancello di Villa Futura a Sirtori è come sbarcare sulla shakespeariana isola di Prospero per trovare un rifugio dalla tempesta della vita quotidiana. Se nel capolavoro del Bardo troveremmo ad accoglierci i poteri meravigliosi del mago, a Villa Futura troviamo KEOPE, l'invenzione "magica" di Amedeo Maffei.

Fondatore del Centro per la ricerca sul Comportamento Umano, con sede in quella che fu la residenza Borromeo, Amedeo Maffei è stato un antesignano nel suo campo. Un «filosofo pratico», come si definì lui stesso, che applicò i suoi studi sulla psiche alla ricerca della strada lungo la quale condurre le persone alla leggerezza e al benessere dello stato d'animo. Una strada che lo portò all'ideazione e alla realizzazione di KEOPE, una speciale chaise longue ergonomica a risonanza proprio-cettiva, che attraverso la modulazione meccanica restituisce al sistema centrale il suo ruolo principale di equilibratore del nostro benessere psicofisico. Talmente avveniristica da essere esposta in modo permanente al Museo delle Macchine di Leonardo da Vinci nel Palazzo della Cancelleria Vaticana a Roma quale unica invenzione del XX secolo.

Nel corso degli anni si sono susseguite diverse pubblicazioni scientifiche sugli effetti benefici di KEOPE, soprattutto in ambito neurofisiologico e anatomico-posturale, che potrebbero essere testati anche in trial clinici randomizzati sui disturbi del movimento e in patologie quali Parkinson o la Corea di Huntington. E' recente uno studio che ha preso in osservazione l'utilizzo di KEOPE in un trattamento terapeutico non farmacologico in pazienti affetti da fibromialgia. I risultati di tale ricerca sono stati illustrati a Villa Futura sabato 4 febbraio nel corso della giornata "Insieme per stare meglio", organizzata dalla famiglia Maffei, le figlie **Michela** e **Arianna**, la moglie **Roberta Sartore**, la nipote **Gaia** e **Lorenzo Giuliani**, come ideale ripresa della mission di KEOPE dopo la scomparsa di Amedeo Maffei nel 2021 e dopo la pandemia.

«Mio padre era un visionario - ha ricordato commossa Michela Maffei - Un uomo che vedeva quello che ci sarebbe stato e che poteva accadere. Credeva in qualcosa di meraviglioso che era tirare

Qui a lato, Roberta Sartore, moglie del compianto Amedeo Maffei, con le figlie e il team scientifico di Stefano Lucioni, nel corso della giornata "Insieme per stare meglio" svoltasi a Villa Futura di Sirtori. Sotto uno scorcio delle persone intervenute all'iniziativa organizzata dalla famiglia Maffei

fuori dalle persone il bello che tutti abbiamo, e credeva che qualcosa dovesse restare. Ha vissuto per la ricerca e per la gente, per fare qualcosa che lasciasse un'impronta. Vi parlo da figlia orgogliosa ma anche da persona che ha imparato tanto. E sembra banale, però quell'imparare tanto adesso è il momento di metterlo in pratica. Lui voleva regalare al mondo qualcosa che anche il giorno che non ci fosse più stato avrebbe continuato a essere una forza».

Raccogliere l'eredità carismatica di Amedeo Maffei sulla psicomatica e proiettarla nel futuro non è stata e non è una sfida facile. Al dovere morale avvertito dai famigliari di internazionalizzare KEOPE, si è aggiunto lo spirito scientifico di **Stefano Lucioni**, **Elisa Rimoldi** e **Laura Labanca**, che hanno condotto l'indagine sulla fibromialgia.

«Ho conosciuto KEOPE nel 2019, perché una mia paziente affetta da fibromialgia si era rivolta a Laura Labanca per provare una seduta - ha spiegato Stefano Lucioni - Ho fatto una seduta anche io, e l'effetto della fluttuazione è stata una sensazione unica. Avendo problemi di vertigine posturale parossistica, per problemi di cervicale, ho constatato un calo degli episodi di malessere. Questa forma di vibrazione multifocale, diffusa su tutto il corpo, permette di avere una stimolazione dei recettori che abbiamo nella cute, evitando degli effetti sulle strutture più profonde e sugli organi interni». Il dottor Lucioni, nell'inviare altre sue pazienti a sostenere trattamenti con KEOPE, ha iniziato a riscontrare risultati sempre più positivi al punto di pensare insieme a Laura Labanca a un lavoro scientifico. Il progetto di studio viene proposto alla tirocinante Elisa Rimoldi, che doveva preparare la sua tesi nel corso triennale di medicina generale,



non sapendo se ci sarebbe stata una significatività.

Individuate le 16 persone di età compresa tra 43 a 65 anni, a cui chiedere di partecipare al percorso di studio, a Elisa Rimoldi è toccato quindi il compito di indagare qua-

le potesse essere l'impatto di KEOPE utilizzata nell'ottica di tentare una terapia non farmacologica in un gruppo di pazienti che avessero diagnosi di fibromialgia, facendo attenzione soprattutto al dolore generalizzato. Ad ogni partecipan-

te è stato consegnato un questionario, che è andato a rilevare i tre tempi dello studio: 1 - prima di iniziare il trattamento con KEOPE, 2 - dopo 10 sedute intensive, 3 - dopo 10 sedute di mantenimento. Il questionario chiedeva di rispondere, attribuendo dei punteggi da 0 a 10, sugli effetti di KEOPE per quanto riguardava la funzione fisica, lo stato di salute generale e sintomi composti. Le conclusioni dello studio hanno portato a risultati significativi, evincendo una differenza statisticamente significativa già tra il tempo 1 e il tempo 2. Dall'analisi dei punteggi si sono registrate importanti variazioni nei livelli della rigidità, della dolorabilità, della qualità del sonno e dell'umore. Nel passaggio dal tempo 2 al tempo 3, la differenza dei punteggi è minore, indicando quindi una stabilità del quadro.

Laura Labanca ha illustrato il protocollo seguito per le sedute di trattamento, personalizzato a seconda del livello di dolore e di debilitazione mentale e fisica, in modo da perseguire uno stato distensivo in un graduale working in progress. Alla fine degli interventi sono state condivise con il pubblico alcune testimonianze estremamente positive di pazienti che si sono sottoposte al trattamento con KEOPE.

Roberta Sartore, moglie di Amedeo Maffei, nel ringraziare chi ha continuato a credere in quello che KEOPE può ancora dare, a cominciare da Laura Labanca, ha sintetizzato il valore della giornata: «abbiamo sempre creduto nell'importanza della scienza e dei suoi riscontri, ma l'emozione è qualcosa che entra nell'anima. Non c'è niente di più bello di aiutare alcune persone a superare problemi quotidiani, più o meno difficili, e a migliorare la qualità della vita da un punto di vista psicofisico, perché è impossibile separare due aspetti. Mente e corpo sono un'unica entità, una alimenta l'altro e viceversa: su questo principio Amedeo Maffei era il nostro maestro. Poter portare avanti questa macchina, la filosofia di Amedeo, è lo scopo principale della mia e della nostra vita. La sua è stata una perdita così importante, eppure immediatamente ha fatto nascere in me una forza che è legata al fatto che abbiamo un obiettivo grande da portare avanti».

Elena Omaghi

**CONFCOMMERCIO** Caterisano: «Occasioni da cogliere al volo»

## Pasticceria, barman e digitale

**LECCO** (ces) Tre proposte differenti che interessano il mondo della ristorazione e dei pubblici esercizi. Tre corsi per accrescere la propria professionalità e quindi migliorare il proprio posizionamento sul mercato. Cat Unione Lecco, società di formazione e consulenza di Confcommercio Lecco, propone tre iniziative nel mese di febbraio da non perdere per chi lavora in bar e ristoranti.

Il primo appuntamento è con "La pasticceria nella ristorazione", un corso tecnico-dimostrativo di sette ore dedicato alla preparazione di dessert e piccola pasticceria, in calendario lunedì 6 febbraio, rivolto ai professionisti del settore e tenuto dall'esperto e conosciuto pastry chef **Antonio Dell'Oro**. Le lezioni si terranno dalle ore 9.30 alle ore 13

e dalle ore 14 alle ore 17.30.

Il secondo è invece il corso "Barman primo livello" al via il 13 febbraio. 35 ore totali, con esercitazioni pratiche per accrescere la professionalità relativa in particolare alla preparazione di cocktail e drink, divise in 10 serate (lunedì e martedì dalle ore 18 alle ore 21.30) secondo il seguente calendario: 13-14-20-21-27 febbraio e 6-7-13-14 marzo. In questo caso le iscrizioni vanno effettuate entro l'1 febbraio.

Il terzo infine riguarda "La sfida digitale nei pubblici esercizi" ed è in programma lunedì 20 e lunedì 27 febbraio dalle ore 14 alle ore 18: otto ore complessive per imparare a utilizzare le nuove metodologie digitali e promuovere al meglio il proprio ristorante, bar, agriturismo o piz-

zeria grazie al web e ai social. Le iscrizioni vanno effettuate entro il 10 febbraio.

«Questi tre corsi "La pasticceria nella ristorazione", "Barman" e "La sfida digitale nei pubblici esercizi" rappresentano una proposta di assoluta qualità - spiega il presidente di Fipe Lecco, **Marco Caterisano** - Come Fipe crediamo nella formazione, nella possibilità di acquisire nuove competenze e nel miglioramento delle proprie abilità. Frequentare questi corsi organizzati da Confcommercio Lecco significa per i titolari potere promuovere in modo più performante il proprio locale e per i collaboratori migliorare la propria professionalità. Sono occasioni da cogliere al volo in un mercato sempre più competitivo e complesso».

**CORSO** Nuova proposta di Confcommercio

## Ecco paghe e contributi

**LECCO** (ces) Per proporsi sul mercato del lavoro con una prima formazione adeguata, Cat Unione Lecco, società di formazione e consulenza di Confcommercio Lecco, organizza il corso "Paghe e contributi: livello base", dedicato a tutte le figure professionali che intendono specializzarsi o inserirsi nel campo della gestione amministrativa del personale e dell'elaborazione delle retribuzioni.

Il percorso formativo - rimborsato al 50% per le imprese regolarmente iscritte agli Enti Bilaterali del Terziario e del Turismo - ha una durata complessiva di 40 ore e si divide in 10 incontri il mercoledì, che si svolgeranno dalle ore 9 alle ore 13, secondo il seguente calendario: 15 e 22 febbraio; 1-8-15-22-29 marzo; 5-12-19 aprile; le iscrizioni sono da effettuare entro il 7 febbraio.

Partendo dalla conoscenza degli

adempimenti di carattere contributivo e amministrativo, tramite una formazione teorica e pratica si giungerà all'elaborazione della busta paga e allo sviluppo di competenze professionali e tecniche in materia di paghe e contributi.

Il programma offerto dal corso "Paghe e contributi" è il seguente: la costituzione del rapporto di lavoro; gli adempimenti del datore di lavoro e le novità; la gestione del rapporto di lavoro; il trattamento economico delle assenze; gli adempimenti previdenziali e assistenziali; la gestione degli adempimenti fiscali; il modello CUD - modello 770 - INAIL; esercitazioni pratiche.

Per ulteriori informazioni e per iscrizioni (da effettuare entro il 7 febbraio) contattare Confcommercio Lecco - ufficio Formazione: email [formazione@ascom.lecco.it](mailto:formazione@ascom.lecco.it); tel. 0341/356911.



Erika Rivolta (Mosaico)



Vincenza Scabarozzi (Ucid Lecco)



Raffaele Pirovano (Coop Paso)



Vittorio Addis (Spazio Tecnico)



Stefano Epis (GiGroup)



Valerie Schena (Valtellina Lavoro)



Claudio Pigazzini (Sepam Lecco)



Silvia Omati (GiGroup)



Gigi Gianola (Fondazione GiGroup)



Valeria Fumagalli (Sepam Lecco)



Claudio Dossi (Auser Lecco)



Paolo Godina (Cab Polidiagnostico)

Il country manager di Gi Group Italia è stato ospite dell'evento targato Netweek «Il lavoro di domani»

# Baroni lancia la sfida a costruire il futuro del lavoro

**MERATE** (bsh) «Chi oggi ha un'attività industriale, si scontra con un mercato del lavoro in evoluzione continua. E' necessario risolvere il problema del momento: un gap tra domanda e offerta di lavoro, non solo quantitativo ma anche qualitativo, fondamentale per mantenere la competitività delle nostre aziende». A parlare è **Francesco Baroni**, 55 anni, lecchese d'origine ma milanese d'adozione, country manager Italia di Gi Group, la più importante multinazionale italiana che opera nel settore del lavoro, ospite del primo di una serie di incontri con gli stakeholders del territorio organizzati dal gruppo Netweek e dedicati al tema del lavoro.

«La cosa più bella è confrontarmi con imprenditori e manager, questo mi aiuta a non essere auto referenziale e ho colto con piacere questa opportunità, ovvero di condividere l'esperienza aziendale di Gi Group perché viviamo in modo esponenziale quello che vivete voi - ha esordito Baroni che in Italia guida un colosso con oltre 3.000 dipendenti e che fattura 1,7 miliardi all'anno offrendo servizi di supporto al mercato del lavoro, dalla somministrazione alla formazione professionale e manageriale - Non solo nel manifatturiero o negli ambiti in cui la competenza specifica è fondamentale: non si trovano risorse umane nel mondo delle costruzioni, dei servizi sanitari, per far fronte al turn over della Pubblica amministrazione, per sostenere il mondo della produzione. Bisogna comprendere che questa situazione non è congiunturale, legata a un particolare momento di crisi o di ripartenza del mercato, ma è strutturale».

Baroni, di fronte a un pubblico di imprenditori, insegnanti, rappresentanti di cooperative e fondazioni, ha spiegato quanto analizzato finora della situazione.

«Il nostro lavoro ci porta a studiare i ruoli in crescita, quelli stabili e quelli in declino e ci siamo accorti che c'è un gap insostenibile tra domanda e offerta di lavoro anche nei ruoli stabili. Ha spiegato il country manager di Gi Group - L'altro tema strutturale da affrontare è la disponibilità di persone perché in Italia la denatalità non è compensata dall'immigrazione come avviene nella maggior parte degli altri Paesi. C'è poi un aspetto



Plinio Agostoni, presidente Confindustria

culturale profondo: il nostro Paese porta avanti politiche del lavoro passive e non attive. Siamo reduci negli ultimi 5 anni da una serie di situazioni molto ideologiche che hanno un impatto superiore di quanto si pensi: si è inculcato un tarlo che non valga la pena fare un lavoro e, soprattutto tra i più giovani, che non ci sia una proposta lavorativa valida. Una visione del nostro mercato del lavoro sostenuta purtroppo da una gestione demenziale degli stage, dei tirocini, dei tempi determinati che hanno dato vita a una generazione di turn over spaventosa».

Eppure i fondi per incrementare le politiche attive ci sarebbero. «Ci sono 6 milioni di euro arrivati dall'Unione Europea che devono essere spesi in questo senso altrimenti andranno persi e sarebbero fondamentali per smuovere il mercato del lavoro - ha proseguito Baroni - Politiche attive del lavoro permetterebbero di far mettere in gioco 3 milioni di Neet, una generazione di giovani che non studia e non lavora. Ma anche quel mondo femminile che non lavora, perché non riesce a trovare una modalità per entrare in partita. E l'unico modo per permettere loro di mettersi in gioco, è sostenendole con percorsi adeguati».

Gi Group, ad esempio, lo ha

fatto, spostando centinaia di donne fuori dal mercato del lavoro all'interno della logistica, che ne aveva disperatamente bisogno spiegando loro come questo settore fosse cambiato, automatizzato e adatto ai lavori desiderati lavorativi e di vita. Ma creare percorsi virtuosi come questo serve necessariamente fare employal branding.

«Una tappa fondamentale del nostro lavoro è far conoscere al mercato dei lavoratori quanto belle sono le nostre aziende, quanto valgono: nella maggior parte dei casi gli imprenditori fanno marketing del proprio prodotto, non del posto di lavoro - ha spiegato Baroni - Poi bisogna ripensare totalmente la supply chain del candidato: bisogna ricostruire la modalità con cui si cercano le risorse umane partendo dalle competenze necessarie alla figura che si cerca. Serve inoltre la coerenza nel comunicare il branding aziendale. Oggi molte persone lasciano perché si sentono strette sul posto di lavoro, perché non si riesce a dare risposta alle ambizioni che uno ha. I giovani inoltre mettono attenzione alla mission aziendale: se in fase di colloquio mi presento come un'azienda che punta sulla sostenibilità e poi non ho il cestino della differenziata, il nuovo entrato se ne andrà ben presto...».

L'ultimo tassello è quello della formazione: «O le aziende fanno formazione in modo nuovo o certe competenze andranno perse» conclude il country manager.

Gi Group ad esempio lo ha fatto, dando vita a Quarto Oggiario all'innovativo Gi Group Training Hub. «La nostra realtà è obbligata per legge a investire il 4% del turn over che facciamo per fare formazione. «Negli ultimi 5 anni abbiamo capito che dobbiamo formare le persone sulla base delle competenze che le nostre aziende chiedono - ha spiegato - Per essere più efficaci, ci serviva un luogo che piacesse ai giovani, con laboratori, dove ci sono macchinari, che invogliasse i clienti ma anche i potenziali lavoratori. Così abbiamo creato un hub per la formazione professionale che oggi accoglie enti formativi d'eccellenza e più di 650 studenti che diventeranno pellettieri, meccatronici, elementi della logistica, frigoristi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Una discussione accesa tra stakeholders per comprendere come è possibile salvare le competenze che fanno dell'Italia un paese leader nella manifattura e non solo



Fabio Sgotto (Team Lingue Merate)



Himara Mansueti (Elesa Monza)



Marco Onofri (RoadJob)



Giuseppe Manganaro (GM Lecco)



Franca Colombo (Parini Barzanò)



Eugenio Messa (Metalfar Cesana)



M. Elena Bossetti (Sport Specialist)



Paolo Galbiati (Export manager)



Laura Arrigoni (IMA Lecco)



Maurizio Dal Mas (commercialista)



Daniele Bianchi (Opiquad Merate)



Elena Crippa (Parini Barzanò)

omani. Quali sfide ci attendono» cui ha presenziato una trentina di stakeholders del territorio

# ire i lavori di oggi (e domani)

## Orientamento ed employer branding: tanti spunti per il matching giusto

**MERATE** (bsh) Employer branding, formazione professionale, matching tra domanda e offerta di lavoro. Sono moltissimi gli spunti proposti al pranzo di lavoro organizzato dal gruppo Netweek a Cascina Le Salette di Verderio dal titolo «Il lavoro di domani. Quali sfide ci attendono». Protagonista il country manager di Gi Group Italia **Francesco Baroni** che ha parlato di fronte a una quarantina di stakeholders del territorio lecchese: imprenditori, manager delle risorse umane, presidi e docenti delle scuole della provincia.

Tra gli interessati ospiti anche il presidente di Confindustria Lecco e Sondrio, **Plinio Agostoni**. «Quello della formazione è il tema più caldo per tutti e credo che ci siano da cambiare tante cose. La maggior parte dei giovani ad esempio vuole frequentare il liceo perché ogni uomo tende al meglio - ha riflettuto il numero uno degli industriali - Nostro compito è fare capire che non è automatico che il meglio sia sempre frequentare il liceo. Bisogna trasmettere che la formazione professionale non è la serie B, è un modo diverso di diventare uomo o donna. D'altra parte non bisogna solo pensare di creare tecnici, ma uomini e donne, perché le persone non sono ingranaggi». E sul tema dell'employer branding ha sottolineato che «se una volta l'azienda comunicava il prodotto, oggi deve comunicare anche il posto di lavoro».

Sul tema dell'orientamento è intervenuta anche **Himara Mansueti**, HR Manager Elesa di Monza: «Bisogna cominciare con le famiglie, già alle medie. Serve orientare in modo serio, le aziende e le agenzie più strutturate dovrebbero



Francesco Baroni, dopo la sua relazione, ha ascoltato le sollecitazioni dei presenti



fare un lavoro capillare. Io, genitore di un pre-adolescente, comprendo la difficoltà della situazione. Bisogna essere al fianco delle scuole, senza sostituirsi a loro. Oggi purtroppo c'è solo un orientamento di facciata, non incisivo, uno spot, non c'è un

programma capillare e funzionale». E' d'accordo **Paolo Dolezzal**, HR Director in Watts Industries di Biassono: «La nostra azienda è una multinazionale e lavoro anche con altri Paesi come la Bulgaria. Lì i ragazzini vengono in visita in azienda, ne-

gli anni ho visto ragazzi che sono tornati per stage e che sono entrati nella nostra azienda».

Interventi anche dal mondo della scuola. **Laura Arrigoni**, docente di Ima Lecco, ha sottolineato che «a volte c'è poca disponibilità da par-

te delle aziende ad accogliere i ragazzi in alternanza scuola lavoro», ma anche che «spesso manca il tempo per accordarsi tra scuola e azienda sui percorsi per gli studenti».

Si è posta la questione della difficoltà a trovare competenze professionali anche **Eugenio Messa**, direttore generale Metalfar di Cesana: «Forse le nuove generazioni hanno meno fame e voglia di fare sacrifici, ma anche di fare lavori low profil, non si rendono conto che si diventa manager alla fine di un percorso».

**Claudio Pigazzini**, amministratore delegato Sepam di Lecco: «Fino a quando l'azienda non viene riconosciuta come corpo sociale dallo Stato, mancherà un pezzo all'architettura della formazione» mentre **Valerie Schena** di Valtellina Lavoro ha puntualizzato che «abbiamo il compito di accendere il pensiero al progetto di vita cui ambiscono i giovani e scoprire con i ragazzi cosa realmente vogliono fare».

In chiusura Francesco Baroni ha sottolineato che «l'orientamento è l'origine, è la cosa più difficile ma necessaria. Noi tutti, da genitori, non dobbiamo cadere nel tranello di dire ai giovani "Studia se no vai a lavorare". Come Gi Group tutto quello che possiamo investire, lo facciamo sull'orientamento ha concluso - D'altra parte se bisogna inseguire il proprio desiderio e non piegarlo alle richieste del mercato, è altrettanto vero che arrivati a un certo punto del percorso, bisogna generare valore. Si faccia Storia all'università, ma poi si aggiunga un pezzo per trovare lavoro perché nelle aziende serve spessore culturale, non serve solo la tecnologia».



Francesco Baroni è country manager per Gi Group Italia e ha parlato di fronte a imprenditori, docenti e presidenti di cooperative di politiche attive del lavoro e necessità di lavorare sulla formazione e l'orientamento



## **Bilancio positivo per la 14<sup>^</sup> edizione. Il presidente Dadati: “Vogliamo incrementare l'internazionalizzazione”**

### **Partecipati gli incontri proposti dalla Camera di Commercio**

ERBA - Si è concluso ieri, sabato 11 febbraio, con esiti molto positivi la quattordicesima edizione di **Fornitore Offresi**, il Salone Internazionale della Subfornitura Meccanica. **Oltre 8.000 visitatori** profilati provenienti dall'Italia e dall'Estero hanno affollato i padiglioni del Salone alla ricerca di nuovi fornitori e nuove opportunità di business e networking tra imprese della filiera meccanica.

**Fabio Dadati, Presidente di Lariofiere**, ha espresso massima soddisfazione per i risultati ottenuti con la presenza di migliaia di operatori e buyer nei tre giorni di svolgimento del Salone. “Per la prossima edizione avvieremo un confronto con gli imprenditori per incrementare l'internazionalizzazione, affinché possa essere sempre più in linea con le esigenze delle aziende espositrici. Inoltre per Lariofiere è fondamentale mantenere il rapporto con le associazioni e accrescerne sempre più le sinergie. E' necessario, infine, focalizzare l'attenzione, con il supporto della Camera di Commercio, sull'ottenimento di risultati derivanti dalla presenza del mercato estero”.

Oltre ai numeri dei visitatori sono stati anche i numeri degli espositori a rimarcare il successo della manifestazione: 345 aziende di settore espositrici dirette e 260 aziende rappresentate italiane ed estere, 57 in più rispetto allo scorso anno. Un dato tutt'altro che scontato vista la situazione congiunturale nella quale le aziende produttive si trovano ad operare.

Il focus della 14<sup>^</sup> edizione è stata **la formazione e l'occupazione del personale qualificato**, tema del convegno inaugurale condotto dal giornalista Sebastiano Barisoni, coadiuvato dall'economista Giulio Sapelli e dal sociologo Aldo Bonomi che hanno dialogato con il mondo della formazione e delle imprese che sempre più hanno difficoltà nel reperire il personale specializzato. E' emersa la necessità di creare nuove reti e nuovi flussi operativi per condividere necessità e competenze ma il dibattito è quanto mai attuale e di massima emergenza.



Durante il salone sono stati anche organizzati vari incontri a cura della Camera di Commercio di Como-Lecco, quali: la presentazione dello strumento CSR Report Semplificato realizzato in collaborazione con la Camera di Commercio del Canton Ticino e con il supporto scientifico della Scuola Universitaria della Svizzera Italiana SUPSI; Export Flying Desk: servizio di assistenza gratuito di Agenzia ICE nato per dare una maggiore spinta all'export delle Piccole e Medie imprese italiane con servizi di prossimità territoriale. È stato possibile prenotare e svolgere in fiera l'incontro di consulenza individuale; Il mercato svizzero focus sul settore elettromeccanico ed il fabbisogno dell'industria svizzera; Export check up: incontri one-to-one su come affrontare i mercati esteri, dal codice doganale al mercato target.

Da segnalare gli incontri per stabilire nuove sinergie tra Lariofiere, l'imprenditore Johannes Maier, espositore di Fornitore Offresi da diversi anni e Presidente della IVF, il Consorzio degli industriali di Fellbach in Germania che conta più di 90 aziende e 9.000 addetti del

settore. L'incontro ha visto la partecipazione anche della Rete Ufficio Estero di Api Lecco e Confartigianato Lecco. Dall'incontro è emersa la volontà di approfondire i rapporti tra le imprese del Consorzio IVF di Fellbach e il nostro territorio, per migliorare gli scambi commerciali e le reciproche opportunità di business.

L'appuntamento di Lariofiere con le imprese del comparto meccanico, enti ed istituzioni deputati alla promozione della filiera è per la 15<sup>a</sup> edizione del Salone Fornitore Offresi, dal 15 al 17 Febbraio 2024.

## **Lo studio dell'Osservatorio congiunturale di Confindustria**

### **Si fanno sentire gli effetti dei rincari su energia e materie prime, aggravati dalle conseguenze del conflitto tra Russia e Ucraina**

LECCO - Nell'ambito dell'Osservatorio congiunturale sul secondo semestre 2022, lo spaccato riguardante le imprese di Lecco e di Sondrio risulta coerente con il quadro complessivo tracciato dai Centro Studi per le tre province (Lecco, Sondrio e Como) che delinea per domanda, produzione e fatturato un leggero rallentamento congiunturale, ovvero rispetto alla prima parte dell'anno, a fronte di un miglioramento tendenziale, cioè rispetto allo stesso periodo del 2021.

“Negli ultimi sei mesi dello scorso anno, lo scenario territoriale si mostra ancora articolato - evidenzia il Presidente di Confindustria Lecco e Sondrio, **Plinio Agostoni** - con alcuni indicatori in rallentamento, anche se in modo contenuto. Le dinamiche rilevate sono in linea con il sentiment dei colleghi imprenditori emerso nel semestre, confermato anche dai dati nazionali, e sembrerebbero indicare un assestamento della fase di crescita più che una decelerazione vera e propria, anche tenendo conto delle note difficoltà che hanno interessato la prima metà dell'anno”.

“Le criticità sul versante dell'approvvigionamento delle materie, i problemi lungo le supply chain internazionali, i costi elevati dell'energia elettrica e del gas sono infatti tutt'altro che superati” - prosegue il Presidente Agostoni. “Il fatto che quasi quattro realtà su cinque confermino una contrazione della redditività, a fronte di discreti livelli di attività, rappresenta un elemento importante di attenzione, al quale si unisce l'incertezza legata al proseguire del conflitto armato in Ucraina e alle tensioni economiche ed internazionali”.

“Tuttavia - conclude Plinio Agostoni - in questo panorama possiamo evidenziare il dato incoraggiante delle aspettative formulate per il semestre in corso, con il segno più per tutti gli indicatori, così come resta complessivamente positivo il giudizio sull'andamento generale del sistema produttivo territoriale nel 2022”.

“Anche sul versante dell'occupazione si confermano i segnali confortanti sino ad ora rilevati - evidenzia il Direttore Generale di Confindustria Lecco e Sondrio, Giulio Sirtori -, con un trend che continua a mantenersi stabile, quando non indica una propensione all'aumento.

Tanto che, al di là delle difficoltà legate al contesto economico generale, il disallineamento fra le necessità in termini di competenze evidenziate dalle imprese e la loro disponibilità sul mercato del lavoro resta il nodo più importante da risolvere per il sistema produttivo territoriale”.

La prosecuzione del conflitto e la progressiva applicazione delle sanzioni internazionali hanno determinato un aggravio della situazione già di per sé difficile.

Per oltre i due quinti del campione (42,6%) è stato registrato un peggioramento delle criticità riguardanti l'approvvigionamento delle materie prime, sia riguardo alle difficoltà per ottenere le forniture, sia in termini di prezzo.

Inoltre, per il 29,2% delle imprese è stata riscontrata una diminuzione della domanda e per il 21,6% una contrazione della quota di export e del fatturato dipendenti sia direttamente dalle zone interessate dal conflitto, sia indirettamente.

## **DOMANDA**

L'indicatore associato agli ordini per le imprese di Lecco e Sondrio rivela una contrazione a livello congiunturale mentre sul fronte tendenziale si registra una stagnazione.

Il raffronto con la prima metà del 2022, periodo per il quale era stata registrata una crescita del +5,7% rispetto ai precedenti sei mesi, rivela una diminuzione del 3,5%, dato che disattende le previsioni formulate in occasione della precedente edizione dell'Osservatorio (+2,4%).

La variazione misurata rispetto al confronto con i livelli del semestre luglio-dicembre 2021 si attesta invece al -0,3%.

Sono positive, seppur con entità contenuta e in linea con quanto esaminato a livello congiunto, le aspettative per l'andamento degli ordinativi dei primi sei mesi del 2023: in media è atteso un incremento del 3,1%.

## **PRODUZIONE**

L'attività produttiva delle imprese lecchesi e sondriesi registra, nella seconda metà del 2022, una contrazione di entità contenuta su entrambi gli orizzonti temporali di analisi considerati.

Il dato tendenziale registra una diminuzione di un punto percentuale e mezzo (-1,5%) in confronto ai livelli del semestre luglio-dicembre 2021.

Il confronto congiunturale con i primi sei mesi del 2022, quando era stato rilevato un aumento del +5,4% rispetto alla seconda metà 2021, si attesta invece al -3,3%, in peggioramento rispetto alle aspettative indicanti la conservazione dello scenario. Le ipotesi riguardanti l'evoluzione dell'attività per il semestre gennaio-giugno 2023 indicano un aumento del +3,2%.

La capacità produttiva mediamente utilizzata dalle aziende di Lecco e Sondrio nel semestre si attesta al 68,2%, al di sotto di quanto registrato per la prima metà dell'anno (77,9%).

All'interno del campione sono identificabili differenze nel tasso di impiego degli impianti sulla base della dimensione aziendale: le realtà fino a 50 occupati indicano una capacità media del 65% a fronte del 73,3% segnalata dalle imprese più grandi.

La produzione che le imprese del campione gestiscono ricorrendo alla subfornitura determina un contributo di circa cinque punti percentuali (4,8%). L'outsourcing coinvolge sia realtà italiane (2,9%), sia partner esteri (1,9%).

## **FATTURATO**

Tra luglio e dicembre 2022 il fatturato delle aziende di Lecco e Sondrio evidenzia un lieve rallentamento congiunturale, a fronte di un marcato aumento tendenziale.

Il raffronto con i livelli della prima metà dell'anno, semestre per il quale le vendite avevano registrato un incremento di oltre dieci punti percentuali (+10,4%) rispetto alla seconda metà del 2021, mostra una decelerazione del -1,2%, al di sotto delle previsioni precedentemente formulate e indicanti +3,1%.

La variazione rispetto al semestre luglio-dicembre 2021 evidenzia invece una crescita di quasi otto punti percentuali (+7,7%).

Si confermano positive le aspettative per l'evoluzione del fatturato nei primi sei mesi del 2023, al pari di quanto esaminato per gli indicatori riferiti alla domanda e all'attività produttiva; in media le aziende del campione attendono un incremento del 4,8%.

Secondo i giudizi espressi riguardo l'andamento del fatturato nel periodo ottobre-dicembre 2022, emerge un quadro prevalentemente caratterizzato da stabilità, confermata per oltre due realtà su cinque.

In caso di variazioni, le dinamiche risultano più favorevoli sul mercato domestico che per l'export.

Analizzando nel dettaglio, le vendite in Italia sono considerate stabili per il 43,8% del

campione, in crescita per il 31,3% e in diminuzione per il 24,9%.

Le esportazioni si mantengono sui livelli del precedente trimestre per circa una realtà su due (47,1%), aumentano per il 17,9% delle imprese e rallentano per il 35%.

È importante segnalare, per una miglior comprensione del quadro, che i pareri qualitativi formulati per la prima metà dell'anno erano risultati principalmente improntati alla crescita e alla stabilità per entrambi i mercati, italiano ed estero, di riferimento.

Le imprese del territorio operano sui mercati internazionali e, tra luglio e dicembre 2022, la quota di fatturato realizzato al di fuori dell'Italia è risultata pari a circa un terzo del totale (31,3%).

L'area dell'Europa Occidentale si conferma la principale meta di destinazione delle merci lecchesi e sondriesi, assorbendo oltre la metà delle esportazioni, pari ad una quota del 18,2% del fatturato totale.

Ulteriori mercati in interesse Est Europa (2,9%), Stati Uniti (2,7%), BRICS (1,9%), America Centro-Meridionale (1,4%) e Asia Occidentale (1,1%).

La quota di fatturato dei rimanenti Paesi esteri è pari al 3% mentre in Italia è realizzato il 68,7%.

## **MATERIE PRIME**

Sul fronte delle materie prime, le imprese lecchesi e sondriesi confermano per il secondo semestre 2022 il permanere di alcune criticità che rendono più difficoltosa la gestione delle attività, in coerenza con quanto esaminato per il campione dei tre territori congiuntamente considerato.

Si è continuato innanzi tutto a registrare dinamiche di aumento dei costi dei materiali e dei beni principalmente utilizzati dalle aziende. Tra luglio e settembre circa due terzi (65,5%) delle imprese hanno segnalato di aver dovuto far fronte ad un aumento dei listini dei propri fornitori e, tra questi, il 22% ha indicato che gli apprezzamenti delle commodities sono stati superiori ai dieci punti percentuali (+10%).

Nei tre mesi successivi, tra ottobre e dicembre, il numero di imprese che ha segnalato aumenti si è attestata a circa la metà (49,1%), con una quota del 14,7% che ha evidenziato costi più marcati di oltre il 10%.

Oltre ai maggiori prezzi, le imprese sono state costrette a fare i conti con le distorsioni e i colli di bottiglia presenti lungo le catene di fornitura, in particolare l'allungamento delle tempistiche necessarie a ricevere le merci per il 56,4% del campione, la diminuzione delle quantità effettivamente fornite rispetto a quelle ordinate (31,1%) e, in misura minore, il

peggioramento della qualità dei materiali e delle merci ricevute (11%).

La concomitanza con i forti rincari che hanno interessato i prezzi dell'energia elettrica e del gas ha portato a ulteriori complicazioni dello scenario.

Circa quattro realtà su cinque (77,9%) hanno indicato di aver subito una contrazione dei propri margini di profitto, il 43,9% ha comunicato di essere stata costretta ad applicare una riorganizzazione del lavoro e/o dell'attività produttiva, il 24% ha segnalato di aver limitato una parte dell'attività aziendale ed infine il 21,4% ha rivelato di aver posticipato o in alcuni casi ridimensionato gli investimenti aziendali già programmati.

## **OCCUPAZIONE**

Il quadro occupazionale delle imprese di Lecco e di Sondrio assume gli stessi toni di quanto esaminato a livello complessivo per i tre territori.

Tra luglio e dicembre 2022 la maggior parte dei giudizi, pari al 72,1%, risulta orientato alla stabilità; si rileva al contempo una maggior incidenza di indicazioni di espansione dei livelli (18,1%) rispetto a quelle di contrazione (9,8%).

Le aspettative riguardanti l'andamento dell'occupazione nei primi sei mesi del 2023 confermano, in miglioramento, lo scenario appena delineato: per oltre sette realtà su dieci (72,2%) è rilevata stabilità, per il 23,2%

**LAVORO**

01948 **I fondi bilaterali aprono la via della staffetta generazionale**

**Marrucci** — a pag. 23

# Aziende con fondi bilaterali: l'opportunità delle uscite con la staffetta generazionale

**È possibile anche trasformare il rapporto del dipendente anziano in un part time integrando i contributi**

## Ammortizzatori

**Per ogni lavoratore a tre anni dalla pensione che si ritira va assunto un under 35**

**I chiarimenti sono stati forniti nella circolare n. 1 del 17 gennaio 2023**

Pagina a cura di **Mauro Marrucci**

Per ogni lavoratore "anziano" (distante fino a tre anni dalla pensione di vecchiaia o anticipata), che cessa il rapporto di lavoro, le aziende devono inserire un giovane under 35, con contratto a tempo indeterminato o di apprendistato. È questo in sostanza il meccanismo della staffetta generazionale nelle aziende coperte dai Fondi di solidarietà, sulla quale il ministero del lavoro ha fornito i chiarimenti nella circolare 1 del 17 gennaio 2023.

I Fondi coinvolti sono quelli disciplinati dall'articolo 26 del Dlgs 148/2015 e l'obiettivo è l'avvicendamento tra lavoratori anziani e lavoratori giovani. Si tratta di una opzione tratteggiata normativamente dalla nuova lettera c-bis), inserita nell'articolo 26, comma 9, del Dlgs 148/2015, ad opera dell'articolo articolo 12-ter del Dl 21/2022, convertito dalla legge 51/2022.

Tra le prestazioni facoltative demandate ai Fondi di solidarietà bilaterali è così stata introdotta quella di «assicurare, in via opzionale, il versamento mensile di contributi previdenziali nel quadro dei processi connessi alla staffetta generazionale a favore di lavoratori che raggiungono i requisiti previsti per il pensionamento di vecchiaia o anticipato nei successivi tre anni, consentendo la contestuale assunzione presso il medesimo datore di lavoro di lavoratori di età non superiore a 35 anni compiuti per un periodo non inferiore a tre anni». Gli oneri e le minori entrate relativi a tale prestazione, secondo quanto previsto da un'integrazione all'articolo 33, comma 3, secondo periodo, dello stesso Dlgs 148/2015, sono finanziati con un contributo straordinario a carico esclusivo del datore di lavoro, di importo corrispondente al fabbisogno di copertura degli oneri finanziari e delle minori entrate relative a questa nuova tipologia di prestazione.

Restano esclusi da questa soluzione i Fondi di solidarietà bilaterali alternativi di cui all'articolo 27 del Dlgs 148/2015 (settori dell'artigianato e della somministrazione di lavoro) mentre ne resterebbero coinvolti i Fondi territoriali intersettoriali delle Province autonome di Trento e di Bolzano per il rinvio dell'articolo 40 all'articolo 26 del Dlgs 148/2015.

**Quando va assunto il giovane**  
Il ministero del Lavoro ha spiegato che il riferimento alla contestualità dell'assunzione presso lo stesso datore di lavoro di dipendenti di età non superiore a 35 anni compiuti per un periodo non inferiore a tre

anni deve essere intesa nel senso della sua contemporaneità rispetto alla cessazione del rapporto di lavoro del lavoratore prossimo alla pensione, sia riguardo alla tempistica, sia ai termini quantitativi.

Pertanto, alla cessazione del rapporto di lavoro di un soggetto prossimo al pensionamento, cui fanno capo i requisiti previsti dall'articolo 26, comma 9, lettera c-bis, deve corrispondere una nuova assunzione di un dipendente di età non superiore a 35 anni in sostituzione del lavoratore che cessa il rapporto di lavoro, per un periodo non inferiore a tre anni.

L'assunzione del giovane lavoratore dovrà avvenire con contratto a tempo indeterminato. È ammesso anche il contratto di apprendistato ma, in questo caso, si dovrà tenere conto dei limiti di età, a seconda della tipologia utilizzata (ad esempio fra 18 e 29 anni nel caso dell'apprendistato professionalizzante).

### Il passaggio al part-time

Secondo il ministero, è conforme al dettato normativo anche il turnover articolato dei lavoratori tramite contratti a tempo parziale (si veda anche Il Sole 24 Ore del 19 gennaio). In questo senso è ammissibile la previsione della volontaria riduzione dell'orario di lavoro di alcuni dipendenti ai quali



manchino non più di 36 mesi al raggiungimento della pensione di vecchiaia o anticipata e la contestuale assunzione, anche part-time, di giovani under 35 per non meno di tre anni. In tale caso rimarrebbero infatti garantite le condizioni necessarie alla staffetta generazionale, ovvero l'assunzione del giovane lavoratore e la tutela previdenziale di quello prossimo al pensionamento, favorendo anche la transizione delle conoscenze ai neoassunti.

La trasformazione del rapporto di lavoro da tempo pieno a tempo parziale dovrà essere il frutto di un atto scritto con il lavoratore prossimo alla pensione, contenente la disciplina applicabile al rapporto di lavoro "trasformato", in base all'articolo 8, comma 2, del Dlgs 81/2015. La retribuzione e la relativa contribuzione del lavoratore che compie tale scelta sono riparametrati al nuovo orario di lavoro e la contribuzione venuta a mancare trova copertura nell'ambito della nuova prestazione dei Fondi.

La modulazione della staffetta generazionale in questo caso dovrà inoltre osservare le eventuali altre condizioni applicate al rapporto di lavoro a tempo parziale dal Ccnl o da quello aziendale concretamente applicato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## IL MECCANISMO

1 01948

### Che cos'è la staffetta generazionale?

Con la staffetta generazionale si assicura un versamento mensile di contributi previdenziali a favore di lavoratori ai quali mancano non più di 36 mesi al raggiungimento della pensione anticipata o di vecchiaia, consentendo la contestuale assunzione di giovani con non più di 35 anni compiuti, con un rapporto di lavoro di almeno tre anni.

2

### Che cosa significa «contestuale assunzione» dei lavoratori giovani di età non superiore a 35 anni compiuti per un periodo non inferiore a tre anni?

Le assunzioni devono essere contemporanee alla cessazione dei rapporti di lavoro dei lavoratori prossimi alla pensione e quantitativamente identiche.

3

### Come devono essere le nuove assunzioni?

Devono essere a tempo indeterminato e per una durata minima di tre anni. Possono essere altresì effettuate tramite un contratto di apprendistato.

4 01948

### I lavoratori anziani devono uscire dall'azienda?

Il ministero del Lavoro (circolare 1/2023) ammette anche la trasformazione volontaria del rapporto di lavoro dei lavoratori anziani da tempo pieno a tempo parziale e la contestuale assunzione di giovani under 35. In questo caso, la retribuzione e la relativa contribuzione del lavoratore sono riparametrati al nuovo orario e la contribuzione venuta a mancare trova copertura nell'ambito della prestazione.

5

### A carico di chi è il finanziamento dell'operazione?

Il finanziamento è totalmente a carico del datore di lavoro, che versa un contributo straordinario per coprire interamente oneri finanziari e minori entrate relative alla prestazione (la cosiddetta staffetta).

6

### Quali sono i Fondi che possono garantire la facoltà della staffetta generazionale?

Sono i Fondi di solidarietà

bilaterali regolati dagli articoli 26 e 40 del Dlgs 148/2015.

7

### I Fondi sono obbligati a favorire la staffetta generazionale?

La prestazione non è obbligatoria, né soggetta a termini decadenziali, essendo unicamente rimessa alle valutazioni delle organizzazioni sindacali e imprenditoriali comparativamente più rappresentative a livello nazionale.

8

### Che cosa devono fare i Fondi per prevedere la prestazione?

Le parti sociali possono prevederla nell'accordo costitutivo del Fondo. Per i Fondi già istituiti è necessario modificare la relativa disciplina tramite un accordo collettivo. Gli accordi devono essere trasmessi al ministero del Lavoro - Dg Ammortizzatori Sociali - divisione IV - per l'avvio dell'istruttoria e del procedimento amministrativo di istituzione o di modifica del Fondo che si concluderà con l'emanazione di un decreto.

Moda

# White, torna la vetrina della creatività

Trecento espositori italiani e stranieri dal 24 al 27 febbraio a Milano  
“L'obiettivo è essere sempre un passo avanti in fatto di novità”

LAURA ASNAGHI

“Innovare senza rincorrere il passato, puntare sulla ricerca e l'innovazione all'insegna della internazionalità per offrire il meglio al mondo dei buyer».

È questa la formula che rende sempre più attuale e interessante White, la vetrina della moda creata, nel 2002, da Massimiliano Bizzi con Simona Severini, che terrà banco a Milano dal 24 al 27 febbraio al Tortona Fashion District. «Il nostro obiettivo - precisa Bizzi - è quello di essere una vetrina globale, sempre più all'avanguardia in fatto di novità. E non a caso quest'anno i nostri 300 espositori sono al 50 per cento italiani e per l'altro 50 per cento stranieri, con un incremento del 13 per cento di chi arriva dall'estero». White, patrocinato dal Comune di Milano, dall'Uce e dal Ministero degli Affari Esteri, collabora con Confartigianato per valorizzare le eccellenze italiane sui mercati internazionali. Ma in contemporanea, la vetrina di White offre le punte più avanzate della creatività oltreconfine «che verranno svelate - come ricorda Simona Severini - nelle “Secret Rooms”, luoghi creati apposta per stimolare la curiosità dei buyer». Per questa edizione sono stati selezionati marchi come Studio Pansters, creato dalla giovane olandese Lieke, di origini indiane, abile nel creare abiti che sono un inno all'imperfezione, valorizzato da colori vitaminici. Altri due marchi, come quelli di Romeo Hunte, americano, amato da Michelle Obama e Beyoncé e Olubiyi Thomas, di origini nigeriane, diplomato alla St Martin's, sono frutto, invece, di una selezione realizzata in collaborazione con la Fashion Minority Alliance, fondata da Barbara Kennedy-Brown per dare visibilità ai nuovi talenti. Tra le novità anche quella del brand Dreaming Eli dell'italiana Elisa Trombatore, che punta sulla femminilità delle donne emancipate e libere di esprimersi.

Nella precedente edizione White ha registrato 16 mila visitatori, con un trend in costante ascesa, nonostante l'assenza degli asiatici. «La nostra forza sta in un “brand mix” straordinario - conclude Bizzi - che permette al visitatore di avere sott'occhio tutte le realtà più interessanti della moda ed essere aggiornati sui nuovi trend».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Massimiliano Bizzi  
presidente  
di White



1 Al Tortona Fashion District torna l'evento che valorizza la creatività

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - L.1721 - T.1675



Superficie 19 %

# Più tempo per chiedere aiuti c'è la proroga alle aziende danneggiate dalla guerra

**L'ESECUTIVO  
IN CAMPO  
CON UN EMENDAMENTO  
AL MILLEPROROGHE  
CHE APRE A NUOVI  
SOSTEGNI FINANZIARI**

## IL SUPPORTO

ROMA Governo pronto sostenere le imprese italiane danneggiate dalla guerra in Ucraina. Un emendamento al decreto Milleproroghe, messo a punto dal ministero degli Esteri e sostenuto dalla maggioranza che sostiene l'esecutivo Meloni, proroga fino alla fine del 2023 gli aiuti nei confronti delle Pmi che operano tra Mosca e Kiev e che, ovviamente, stanno partendo un calo dei loro affari. La norma messa a punto dal governo Draghi nella scorsa primavera prevedeva che le aziende interessate potesse presentare domanda entro il 31 dicembre e si sono fatte avanti 300 imprese per un importo complessivo di 300 milioni. La volontà dell'attuale governo è, appunto, quella di aprire una nuova finestra temporale utile per accedere ai sostegni finanziari.

## LE RISORSE

La linea di finanziamento, che ha un importo massimo di 400 mila euro riguarda le imprese che negli ultimi due anni hanno realizzato operazioni di vendita di beni o servizi, ivi compreso l'approvvigionamento di materie prime e semilavorati,

con l'Ucraina, la Russia e Bielorussia, pari almeno al 20 % del fatturato aziendale totale. Inoltre vengono sostenute anche le imprese che nell'ultimo anno hanno sostenuto un costo di acquisto medio per materie prime e semilavorati incrementato almeno del 30% rispetto al costo di acquisto medio del 2019. I benefici vengono indirizzati anche alle imprese che hanno subito un calo di fatturato di almeno il 30% rispetto al 2019.

Il contributo a fondo perduto raggiunge il 60%, per i soggetti con ricavi relativi al periodo d'imposta 2019 non superiori a 5 milioni di euro ed il 40%, per i soggetti con ricavi relativi al periodo d'imposta 2019 superiori a 5 milioni di euro e fino a 50 milioni di euro. I nuovi aiuti sono attesi con particolare interesse da molti settori nevralgici dell'industria italiana: meccanica, moda e agroalimentare in testa. Le sanzioni imposte alla Russia, come già negli anni passati, si stanno ripercuotendo molto pesantemente sulle imprese italiane. Secondo i dati di Confartigianato, l'Italia è infatti al quarto posto, tra i Paesi dell'Ue, per il valore delle esportazioni sui mercati russo e ucraino: nel 2021, ha venduto prodotti per 9,8 miliardi di euro complessivi.

## I TEMPI

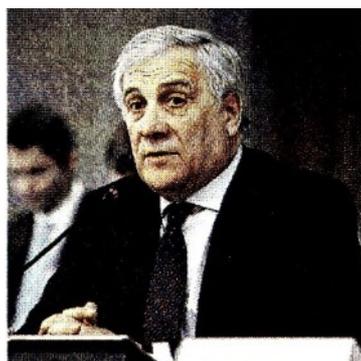
Sempre nel 2021, nel settore della moda, l'Italia si è confermata in testa tra Paesi Ue per

l'esportazione in Russia per un valore di 1,4 miliardi. Un altro settore rilevante nelle esportazioni a Mosca, lo scorso anno, è stato quello dei mobili, con 333 milioni. Per quanto riguarda l'Ucraina, le vendite di made in Italy nel 2021 ammontano a 2,1 miliardi di euro, in crescita del 20,6% rispetto al 2019. Pesantissimo l'impatto sulle piccole imprese: i settori italiani con la maggiore concentrazione di micro e piccole imprese (soprattutto alimentari, moda, mobili, legno, metalli) vendono in Russia prodotti per 2,7 miliardi, pari al 34,9% delle nostre esportazioni nel Paese. Occorre tra l'altro ricordare che le prolungate sanzioni economiche alla Russia, tra il 2013 e il 2021, hanno fatto calare del 22,2% l'export europeo verso Mosca, con una maggiore penalizzazione dell'Italia (-28,5%). In 8 anni le nostre vendite sul mercato russo hanno accumulato perdite per 24 miliardi di euro.

Tra i prodotti maggiormente venduti dalle imprese italiane in Russia, la diminuzione è stata pesantissima per la moda (-41,8%), seguita dai macchinari (-25,8%). A livello territoriale, gli effetti più gravi in termini di crollo dell'export verso la Russia tra il 2013 e il 2021 si sono registrati in Abruzzo (-75,9%), nelle Marche (-59,6%), in Toscana (-40,4%). Forti cali anche per Lombardia (-30,4%), Veneto (-26,2%) ed Emilia-Romagna (-25,2%).

**Michele Di Branco**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il ministro Antonio Tajani

