

IL FUTURO PASSA DI QUI

# INEDITA

N. 2 - 2023 | LUGLIO | QUADRIMESTRALE | POLOMETIS.EU

**PAOLO PININFARINA**  
**LEZIONI DI FORMA**



**SPECIALE**  
**INTELLIGENZA**  
**ARTIFICIALE**

CASE HISTORY  
**ACQUE BRESCIANE**

LA SOSTENIBILITÀ  
**SECONDO EDISON**



**METIS**  
POLO UNIVERSITARIO



# M



## INGEGNERIA e CONSULENZA Molto più di una squadra!

Offriamo sul territorio nazionale competenza tecnica multispecialistica unendo le forze e la corresponsabilità di tutta la squadra - collaboratori, partner, clienti, professionisti, fornitori - in un'ottica di ingegneria moderna e partecipata, con la massima attenzione alla sostenibilità in termini di sicurezza, tempi e costi

### PREVENZIONE INCENDI

#### EDILIZIA

progettazione architettonica strutturale e impiantistica

#### SAFETY & SECURITY

#### REAL ESTATE

riqualificazioni e ristrutturazioni immobiliari

### MILANO INGEGNERIA

SEDE OPERATIVA  
Via Giuseppe Di Vittorio 23  
20068 Peschiera Borromeo (MI)  
+39 02 250 341 - info@milanoingegneria.com



## EDITORIALE

DI MARCO CLAUDIO COLOMBO\*

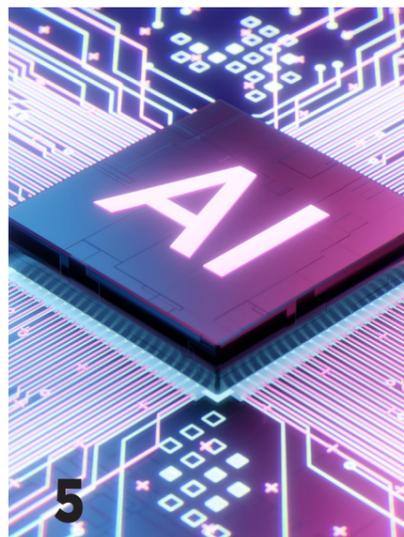
## TRAZIONE 5.0

L'impegno della Fondazione Metis - e quindi del suo magazine *Inedita* - si concentra nel sapere interpretare, e talvolta anticipare, i nuovi scenari tecnologici che animano i cambiamenti più profondi del sistema Paese. Considerando le molteplici soluzioni che compongono il paniere dell'Industria 4.0, abbiamo sempre ritenuto che vi fosse un naturale connubio fra il valore aggiunto del design Made in Italy e le ultime frontiere del sapere scientifico; ciò è ravvisabile in diversi settori industriali del nostro tessuto produttivo, come automotive, meccanica di

precisione o biotech. Proprio con l'obiettivo di valorizzare al massimo le iniziative in ambito design, l'attuale impianto normativo prevede una sommatoria di incentivi ad esso dedicate che consentono una significativa forza propulsiva agli investimenti in tal senso; in particolare, il Nuovo Patent Box è uno strumento vincente per le imprese che intendono creare o migliorare dei beni immateriali basati per l'appunto sul "design Made in Italy". E se l'Industria 4.0 è stata l'apripista di un profondo cambio del nostro sistema produttivo, non solo industriale ma anche culturale, proprio in osservanza di quello spirito di anticipazione che vuole contraddistinguere l'operato della Fondazione riteniamo che il prossimo momento di svolta sarà rappresentato da quel fenomeno chiamato "Industria 5.0"; laddove l'Industria 4.0 pone l'accento sulla collaborazione fra macchina e macchina, la nuova visione si concentra nella collaborazione fra uomo e la macchina. Si aprono quindi nuovi scenari con tecnologie dirompenti, come intelligenza artificiale applicata al mondo del design di prodotto o robotica collaborativa, in cui la tecnologia diventa un partner che valorizza, anziché sostituire, la creatività dell'uomo; insomma, "designed by humans, made by robots"!

\*Presidente Fondazione Metis

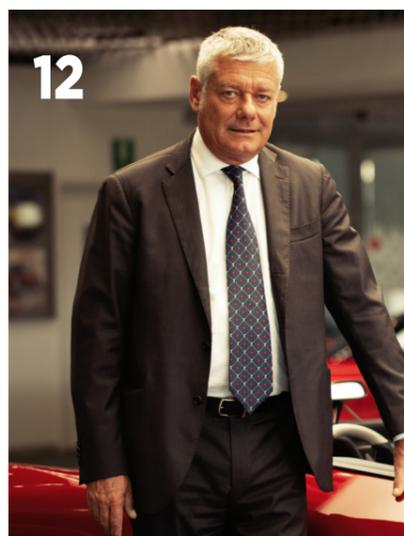




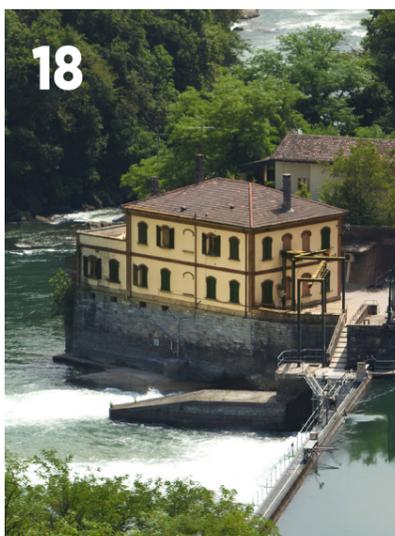
5

## SOMMARIO

- 3** L'EDITORIALE  
**TRAZIONE 5.0**  
di Marco Claudio Colombo
- 5** SPECIALE  
**INTELLIGENZA ARTIFICIALE**  
a cura di Alessandra Russo  
e Davide Re
- 12** PORTRAIT  
**PAOLO PININFARINA**  
di Andrea Milanese
- 18** LA SOSTENIBILITÀ SECONDO...  
**EDISON**  
di Milena Ardesani
- 23** CASE HISTORY  
**ACQUE BRESCIANE**  
di Giulia Giannaccini
- 26** GRANDANGOLO  
**PARITÀ DI GENERE**  
di Giuseppe Ducoli
- 28** MERIDIANI & PARALLELI  
**S-DIY & GREEN NETIQUETTE**  
di Lisa Lonati
- 30** KM ZERO  
**NOTIZIE DAL MONDO METIS**
- 32** REFLEX  
**BIO.POD**
- 34** L'ULTIMA PAGINA  
by **MUT**



12



18



23

UN PASSO NATURALE

# VERSO un NUOVO MONDO

LE SFIDE APERTE DA UNA DELLE TECNOLOGIE PIÙ PROMETTENTI E SOFISTICATE DEL NOSTRO TEMPO, GRAZIE ALLA CONTINUA EVOLUZIONE DELLE SUE FUNZIONI DI APPRENDIMENTO AUTOMATICO, DESTINATE A IMPATTARE IN MODO SEMPRE PIÙ RILEVANTE IN OGNI AMBITO DELLA NOSTRA VITA QUOTIDIANA



SPECIALE INTELLIGENZA ARTIFICIALE



# RIVOLUZIONE O EVOLUZIONE?

**A** partire dalla comparsa dei Large Language Models (LLM) come ChatGPT, l'Intelligenza Artificiale (AI) è diventata un argomento di grande interesse, in quanto questa sua improvvisa dimostrazione di un salto di capacità è spesso considerata dai più come l'inizio di un naturale percorso verso evoluzioni ulteriori e potenzialmente rivoluzionarie. Gli LLM e le numerose applicazioni di AI generative spargono le carte nel mondo del business, dell'arte, dell'accademia e della sicurezza con il loro enorme potenziale applicativo e capillarità di diffusione. L'AI è diventata in brevissimo tempo parte integrante del nostro mondo portando con sé la promessa (o la minaccia) di rivoluzionare il modo in cui viviamo e lavoriamo. Ma c'è molto rumore e confusione

## STORIA, STATO DELL'ARTE E SCENARI FUTURI DI UNA TECNOLOGIA DIROMPENTE, MA ANCHE LA NECESSITÀ DI UN USO RESPONSABILE E CONSAPEVOLE

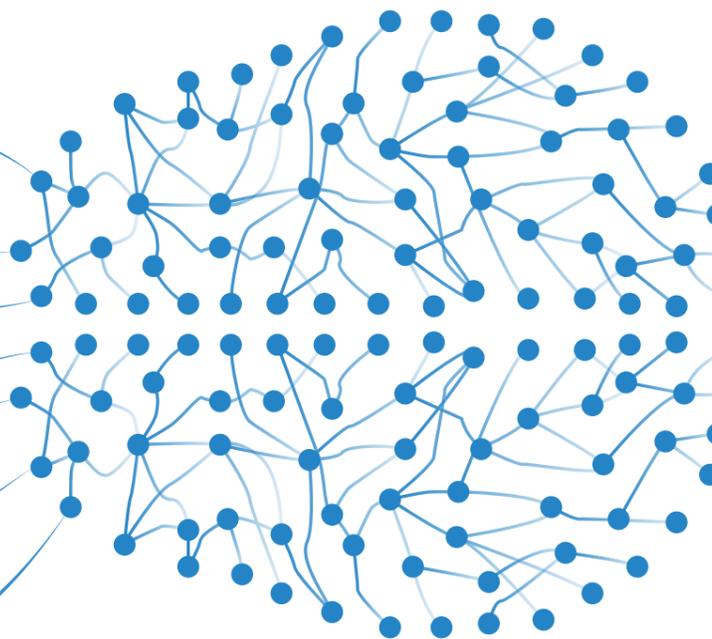
di **ALESSANDRA RUSSO\***

circa la definizione, natura e modalità con cui si manifesteranno e articoleranno gli effetti dell'arrivo di queste tecnologie. L'AI non è altro che un campo dell'informatica che concerne la creazione di macchine in grado di eseguire compiti che di solito richiedono l'intelligenza umana per mezzo di algoritmi e programmi informatici che possono acquisire dati, prendere decisioni e agire sulla loro base.

Nata nel 1956, inizialmente funziona su sistemi basati su regole, ma risulta limitata nel risolvere problemi complessi e adattarsi a nuovi dati. Negli anni '80 e '90 si sviluppano i sistemi esperti e di apprendimento automatico che utilizzano il ragionamento basato su regole per risolvere problemi specifici e consentono la formulazione di previsioni o decisioni sulla base dei dati forniti. A partire dagli anni 2010, l'AI conosce una rinascita grazie alla disponibilità di enormi quantità di dati, progressi nella potenza di calcolo e nello sviluppo dei sistemi di apprendimento profondo, una

sotto-area dell'apprendimento automatico che utilizza reti neurali artificiali stratificate. Questo approccio ottiene risultati straordinari in ambiti come il riconoscimento delle immagini, l'elaborazione del linguaggio naturale, la sintesi vocale, ma anche e soprattutto nel ramo delle AI generative. L'Intelligenza Artificiale generativa è un sistema in grado di produrre testi, immagini, audio e dati sintetici a seguito di un prompt testuale o di qualsiasi altro tipo di media sulla base dei dati di addestramento fornitigli. L'arrivo dirompente e capillare dell'AI, specialmente quella

generativa, ha sollevato oltre a un grande entusiasmo anche numerosi timori circa l'impatto che questa potrà cagionare. Essendo una tecnologia abilitante ad altissimo spettro applicativo risulta facile attribuirle l'aggettivo "rivoluzionario". Ma l'AI comporta un'"evoluzione" più che una rivoluzione. Il giudizio e l'intuizione umana sono ad oggi fondamentali per un uso proficuo e responsabile dell'Intelligenza Artificiale. I sistemi di AI sono ancora troppo fragili per gestire cambiamenti imprevisti e improvvisi nell'ambiente applicativo: pertanto, fintanto che non possederanno capacità affini a quelle umane in quanto a ragionamento basato sull'esperienza e sulla generalizzazione della conoscenza, il giudizio umano rimane l'unico modo efficace e sicuro per gestire ambienti caratterizzati da incertezza. L'AI non deve essere intesa come un sostituto dell'essere umano, bensì come uno strumento, un assistente in grado di potenziare e fungere da complemento alle sue capacità. Nel caso delle AI generative, ad esempio, vi sono le potenzialità per produrre ottimi risultati, ma la qualità dell'output è in gran misura funzione della qualità dell'input (il "prompt") fornito dall'operatore umano. ▶



Dunque, la prima e principale preoccupazione dell'applicazione diffusa delle AI generative che si concretizza nella completa sostituzione del lavoro derivante dall'automazione di quelle mansioni tradizionalmente eseguite dagli esseri umani, risulta fortemente ridimensionato. Ciò che risulta utile è invece investire in "alfabetizzazione" sull'AI per fornire alle figure professionali esistenti gli strumenti per comprendere e sfruttare al meglio l'AI nel proprio lavoro.

Al netto di preoccupazioni circa l'improbabile emergere di una AI "generale" che surclasserà l'intelligenza umana, è importante invece portare l'attenzione su quei rischi che sono già reali e presenti: ad esempio, l'AI ha un grande potenziale nel peggiorare e amplificare la generazione di materiali di disinformazione, di essere sfruttata per fini

malevoli di sorveglianza interna oppressiva e ancora di essere impiegata per potenziare attacchi cyber. È necessario dunque un accompagnamento di quest'evoluzione secondo criteri di responsabilità e di etica, stabilendo meccanismi di salvaguardia e test solidi per mitigare le vulnerabilità intrinseche di questa tecnologia. È necessaria una collaborazione tra legislatori, esperti del settore e ricercatori per formulare quadri etici, pratiche di governance su dati e politiche di protezione della privacy adeguate alla nuova "era dell'AI". Uno sviluppo di un'AI "etica" è particolarmente importante in quanto i sistemi di Intelligenza Artificiale inevitabilmente ereditano dai propri programmatori dei pregiudizi ("bias") che siano involontari o sistematici che possono perpetuare disuguaglianze sociali e pratiche discriminatorie.

L'uso responsabile dell'AI implica stabilire regolamenti e linee guida per governare lo sviluppo e l'implementazione delle tecnologie dell'AI, come stabilito in sede UE il 14 giugno 2023 con l'EU Artificial Intelligence Act, che oltre a prevedere norme armonizzate per l'immissione sul mercato, la messa in servizio e l'uso di sistemi di AI nell'Unione, ha anche elaborato una lista di usi intrusivi e discriminatori dei sistemi Intelligenza Artificiale che saranno proibiti all'interno dell'Unione.

L'evoluzione dell'AI potrà rappresentare un elemento di forte e virtuosa crescita nei numerosi settori dove questa può essere impiegata nel momento in cui sarà accompagnata da un percorso di consapevolezza e responsabilità nello sviluppo e nell'implementazione.

\*Ph.D. Cnd Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

# PROSPETTIVA ITALIA

PROGRESSO E CRESCITA DELLE TECNOLOGIE LEGATE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL NOSTRO PAESE SECONDO LE RICERCHE REALIZZATE DALLA SCHOOL OF MANAGEMENT DEL POLITECNICO DI MILANO

di DAVIDE RE



Oltre 6 grandi imprese italiane su 10 (il 61% del totale, per la precisione) hanno già avviato almeno un progetto di Intelligenza Artificiale. Un fatto quest'ultimo che indica in modo inequivocabile una crescita anno su anno del fenomeno e che mostra un aumento di dieci punti negli ultimi cinque anni. Tra le piccole e medie imprese (PMI), invece, la percentuale si attesta al 15%, ma comunque con una crescita rispetto al 2021 pari a nove punti percentuale. In Italia, infatti, il mercato dell'AI nel 2022 ha raggiunto 500 milioni di euro, con una crescita del 32% in un solo anno, di cui il 73% commissionato da imprese italiane (365 milioni di euro) e il 27% rappresentato da export di progetti (135 milioni di euro).



È questa la fotografia sul grado di diffusione dell'intelligenza artificiale nel sistema industriale nazionale scattata dall'Osservatorio Artificial Intelligence della School of Management del Politecnico di Milano.

«Guardando alle grandi aziende con progetti, il 42% dichiara di avere più di un progetto ormai pienamente operativo e, in circa la metà dei casi, le progettualità pilota raggiungono tale risultato», conferma Alessandro Piva, direttore dell'Osservatorio Artificial Intelligence.

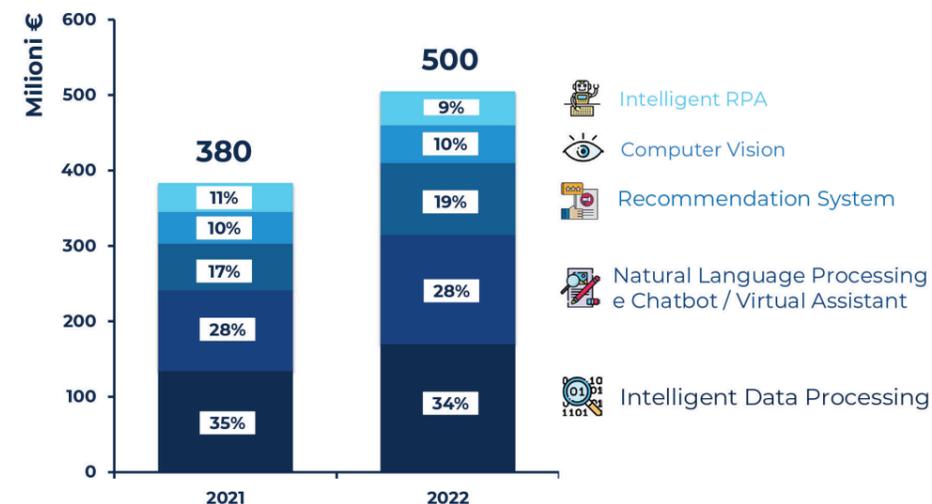
«Quest'ultimo dato mostra un costante miglioramento negli anni, a testimonianza di una tecnologia sempre più matura e una crescente capacità delle aziende di gestire con efficacia i progetti di Intelligenza Artificiale. Tra le PMI che hanno già adottato l'AI, la maggior parte sta

invece portando avanti un singolo progetto». L'aumento di interesse e l'affermazione sul mercato di soluzioni tecnologiche sempre più semplici da utilizzare lasciano ben sperare per il futuro. A conferma di ciò, si legge ancora nell'ultimo rapporto pubblicato dall'osservatorio, quasi una PMI su tre ha in programma di avviare nuove progettualità nei prossimi 24 mesi. Ma quali sono i trend tecnologici che caratterizzano la diffusione in Italia dell'intelligenza artificiale? «Accanto all'aspetto creativo e generativo», afferma Piva, «citerei i temi di quello che chiamiamo Intelligent Business Process Automation, che riguarda l'automazione intelligente di alcuni task aziendali, proprio abilitati da vari servizi di AI, quali natural language processing e computer vision».

Per esempio, in via sperimentale, dell'implementazione di ChatGPT su automi sviluppati per l'assistenza alle persone fragili. «Certamente - aggiunge ancora il Direttore - le tecnologie di generative AI, di cui stiamo vedendo solo un assaggio oggi, diventeranno sempre più pervasive e verticali sulle esigenze del business delle organizzazioni». Per questo, nonostante il difficile contesto internazionale, per il comparto dell'Intelligenza Artificiale italiano il 2022 è stato un anno da record, caratterizzato dai continui progressi nelle capacità delle macchine e dagli exploit di Dall-E2 e ChatGPT che in poche settimane hanno coinvolto decine di milioni di utenti e mostrato al grande pubblico le potenzialità di questa tecnologia.

Il 93% degli italiani ha già sentito parlare di Intelligenza Artificiale,

SUDDIVISIONE DEL MERCATO ARTIFICIAL INTELLIGENCE 2021-2022 PER CLASSI DI SOLUZIONI



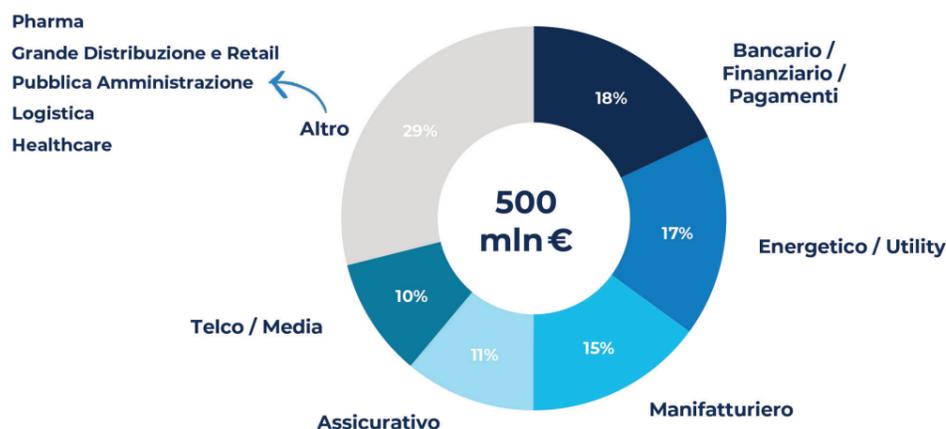
Fonte Osservatori Digital Innovation - Politecnico di Milano (www.osservatori.net)

il 55% afferma che l'AI è molto presente nella sua quotidianità e circa 4 su 10 (37%) nella rispettiva vita lavorativa, riferisce ancora lo studio dell'Osservatorio. Non mancano però le perplessità: il 73% nutre timori e paure, soprattutto sugli impatti sul mondo del lavoro (ovvero che le macchine si sostituiscano agli umani), anche se solo il 19% della popolazione è fermamente contrario all'ingresso dell'Intelligenza Artificiale nelle attività professionali. Ad ogni modo, la gran parte degli utenti deve ancora sperimentarne le reali potenzialità. L'esperienza quotidiana degli italiani si concentra infatti sugli assistenti virtuali e sui sistemi di Recommendation. In particolare, i chatbot - già utilizzati dall'81% - sono ormai diffusi quasi come gli assistenti vocali (83%). Cresce l'interesse verso le raccomandazioni ricevute da motori di AI per l'e-commerce e un utente su quattro ha realizzato un nuovo

acquisto online dopo averli utilizzati. Rimangono tuttavia ancora dei nodi da sciogliere, come gli aspetti giuridici e quelli della ricerca. «È fondamentale che la ricerca sull'AI sia patrimonio di enti di ricerca ed atenei, per garantire che il sapere rimanga accessibile e di patrimonio dell'intera comunità internazionale», afferma ancora Piva. «Si possono citare esempi interessanti, quali FAIR - Future Artificial Intelligence Research, fondazione che ha come scopo quello di realizzare gli interventi finanziati nel PNRR nel settore dell'AI e il Centro Nazionale HPC, Big Data e Quantum Computing». Più delicato da affrontare invece l'aspetto giuridico: «In Italia ci muoviamo all'interno del quadro normativo europeo e in generale della discussione che si porta avanti all'interno dell'Unione Europea». Per esempio, con l'AI Act (recentemente approvato dal Parlamento Europeo), che

definisce un approccio basato sul rischio per quanto riguarda lo sviluppo di applicazioni di intelligenza artificiale nell'EU. In particolare, il testo analizza nella sua ultima versione i temi relativi all'AI Generativa, quali ad esempio ChatGPT. «L'AI generativa dovrà rispettare requisiti di trasparenza, che prevedono obbligo di dare visibilità dei contenuti realizzati da AI, di eventuali contenuti coperti da diritto d'autore usati nel training del modello e impedire la diffusione di contenuti illegali», conclude Piva. Sempre a livello europeo, a corredo dell'AI Act c'è il GDPR, il regolamento sulla protezione dei dati personali che mira a tutelare utilizzo dei dati dei consumatori, e il Data Act, oggetto di discussione quest'anno nel Parlamento Europeo, che prende posizione sulla condivisione dei dati generati dall'uso di prodotti connessi con l'obiettivo di garantire equità dei contratti di condivisione dei dati.

SUDDIVISIONE DEL MERCATO ARTIFICIAL INTELLIGENCE 2022 PER SETTORI PRINCIPALI



Fatturato a cliente finale (esclusa IVA) registrato da imprese con sede in Italia, durante l'anno solare 2022

Fonte Osservatori Digital Innovation - Politecnico di Milano (www.osservatori.net)



PAOLO PININFARINA

# LEZIONI di FORMA

UNA STORIA DI SUCCESSO LUNGA QUASI UN SECOLO, SCANDITA A COLPI DI DESIGN TRA AUTOMOBILI ICONICHE, OGGETTI DI LUSO E ARCHITETTURE FUTURIBILI, ALL'INSEGNA DI INNOVAZIONE, ARMONIA, SOBRIETÀ ED ELEGANZA

di ANDREA MILANESI

Paolo Pininfarina, Presidente dell'azienda dal 2008, fotografato all'interno del Museo storico del marchio



**È** da quasi 100 anni che Pininfarina "lascia il segno": fondata nel 1930, si è evoluta da azienda artigiana a Gruppo internazionale leader nello stile automobilistico e realtà affermata nell'industrial design, nell'architettura e nella nautica. Ha dato forma (e sostanza) a oltre 100 modelli Ferrari, firmando anche vetture icone di stile ed eleganza come le Alfa Romeo "Duetto" e "Giulietta Spider", ma non solo; ha sviluppato un solido know how in diversi settori, spaziando tra treni, yacht e importanti progetti di architettura come la Torre di controllo del nuovo Aeroporto di Istanbul o alcuni edifici residenziali di grande impatto in Europa e America

Latina. Targati Pininfarina sono anche lo Juventus Stadium, la torcia dei Giochi Olimpici invernali di Torino 2006 e numerose creazioni realizzate con aziende internazionali come Alenia Aermacchi, Chivas Regal, Coca-Cola, Lavazza, Motorola, Samsung, Snaidero e Unilever. Oggi è una società che guarda al futuro attraverso la sua storia, la vocazione all'innovazione e una competenza multidisciplinare nei più svariati servizi, come ci racconta Paolo Pininfarina, classe 1958 e Presidente dell'azienda torinese dal 2008.

**Da dove è partito il marchio Pininfarina e verso quale direzione sta andando?**

Se penso alla storia della nostra azienda credo che passato, presente e futuro siano tre dimensioni inscindibili, che vanno considerate sempre insieme. Siamo partiti a cavallo

delle due Guerre mondiali, in un periodo decisamente critico, e quindi ritengo che se i principi espressi da chi ha dato vita all'impresa - mio nonno Battista - fossero validi in quel contesto così difficile e pieno di incognite, in cui si iniziava tutto proprio da zero, allora possano valere anche per affrontare le sfide di oggi, e pure quelle di domani. Per guardare avanti dobbiamo ricordare quali sono le nostre radici e cercare di rimanerne fedeli, tutto qua. Per questo a tutti i nostri collaboratori e dipendenti suggerisco di leggere il libro delle memorie del fondatore - *Nato con l'automobile* - perché aiuta proprio a capire attraverso la storia come sviluppare la creatività, la curiosità e così via.

**E quali sono queste radici?**

La prima è sicuramente la spinta verso l'innovazione, perché... il futuro passa di qui, ma soprattutto perché



Un po' di storia del gruppo Pininfarina; sopra l'iconica Alfa Romeo Giulietta Spider (1955); in basso a sinistra, il fondatore Battista; qui sotto, Sergio Pininfarina con i figli Lorenzo, Andrea e Paolo a bordo di una Lancia Florida



rappresenta la tradizione che si innesta nel nuovo. I nostri sono ormai 93 anni di innovazione continua: tutto quello che è firmato Pininfarina deve avere questa impronta, altrimenti non sarebbe "Pininfarina". Poi viene la scelta della purezza, dell'armonia e dell'essenzialità, lontane dalle logiche della decorazione o del "sovradisegno". E infine l'elemento che trascende anche la semplice bellezza della linea: l'eleganza, che ci deve sempre contraddistinguere e che si declina in sobrietà, solidità, rigore. Quasi un valore morale, perché non esiste estetica senza etica, e viceversa.

**Tre generazioni a confronto: cosa ha portato ciascuno di voi**

**al marchio Pininfarina?**

La prima generazione è quella del fondatore e quindi dell'"invenzione": l'idea di creare dal nulla un'azienda, una carrozzeria, un centro di stile, un saper fare. La visione dell'innovazione aerodinamica, che veniva dal mondo dell'aeronautica, combinata con la qualità del manufatto, per dare forma a vetture di gran lusso.

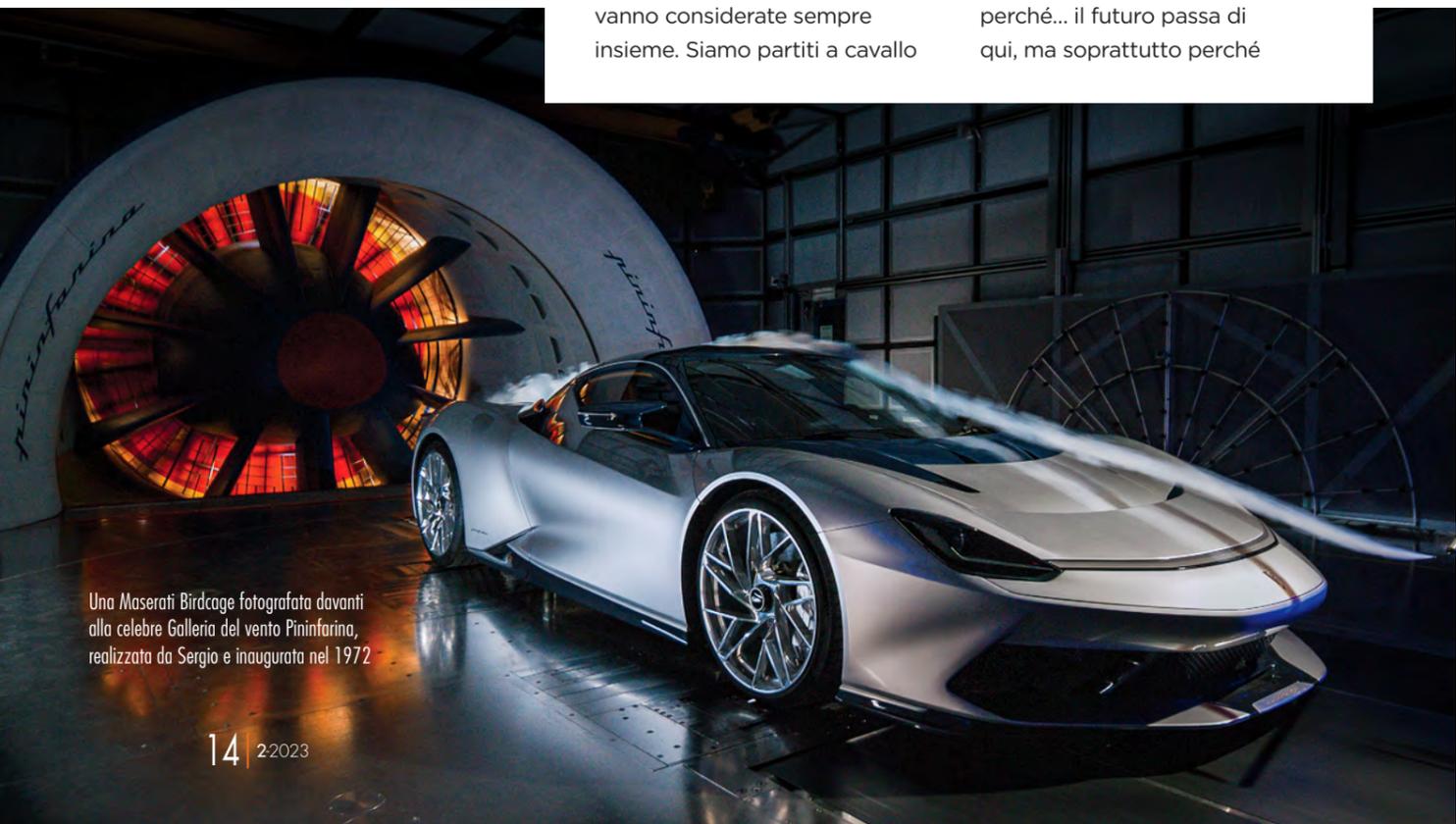
**E suo papà Sergio?**

Ha introdotto la consistenza, intesa come passaggio dai valori irrinunciabili dello stile e dell'architettura verso l'ingegneria e la produzione, concretizzati in oltre cinquanta anni di lavoro e quaranta di Presidenza; un grande innovatore, un

visionario, l'ideatore della Galleria del vento...

**Dopo di lui?**

La terza generazione parte da mio fratello Andrea - tragicamente scomparso in un incidente nel 2008 - per arrivare fino a me e ai miei 15 anni al vertice dell'azienda, caratterizzati sicuramente da una spinta verso l'internazionalizzazione, con l'allargamento al di fuori dei nostri confini e la creazione di sedi all'estero, ma soprattutto verso la diversificazione, di cui me ne faccio un merito. Ho iniziato io negli anni Ottanta, quando la Pininfarina disegnava per il 99% automobili, ad aprire la società anche verso altri settori. ▶



Una Maserati Birdcage fotografata davanti alla celebre Galleria del vento Pininfarina, realizzata da Sergio e inaugurata nel 1972

**Con un cognome come il suo la carriera professionale era in qualche modo già segnata...**

Diciamo che a otto anni, il giorno del funerale di mio nonno, di fronte alle migliaia di persone che erano arrivate per salutarlo, mi sono accorto di "essere" un Pininfarina, ma solo da adulto ho compreso cosa significasse "comportarsi" da Pininfarina. Ho capito nel profondo i valori e i codici espressi da mio padre lungo tutta la sua esistenza, con le sue "lezioni di vita", se vogliamo molto torinesi: l'invito a non esaltarsi mai troppo - "esageroma nen!" - nei momenti buoni, ma anche a non deprimersi nelle difficoltà, a non mollare mai: quel "bogia nen" che non si muove, non arretra e va avanti nonostante le difficoltà. E poi i comportamenti, l'etica, l'onestà, la coerenza, il metodo, lo spirito di gruppo, in modo particolare la sobrietà e l'eleganza nel modo di presentarsi, di parlare, di vestirsi. Essere un Pininfarina è certamente un onore e presenta i suoi risvolti piacevoli, ma è anche una grande responsabilità e bisogna sempre ricordarselo.

**La storia di successo della sua azienda si intreccia con quella dell'industria del Made in Italy: quale segno indelebile ha lasciato?**

Proviamo a procedere anche qui per generazioni.

Innanzitutto il marchio, l'invenzione del nome, la trovata geniale di mio nonno di unire il suo soprannome (Pinin) al cognome (Farina), inventando un brand che è una icona di stile e che... rappresenta una famiglia: la nostra è una storia di unicità ed esclusività con cui abbiamo rafforzato la percezione del Made in Italy in giro per il mondo. Per quanto riguarda mio padre, direi la collaborazione con il marchio Ferrari, quasi un binomio che è durato più di cinquant'anni e continua ancora oggi, anche se in modo meno strutturato; lui ha disegnato più di 100 vetture e a volte mi chiedo come abbia fatto, io che ne ho firmate solo 7, ma questo la dice lunga sulle sue doti di continuità, costanza e impegno. Oggi io e il mio team stiamo lavorando a 360 gradi, lasciando il nostro segno su creazioni veramente sorprendenti, che nessuno di primo acchito ricondurrebbe a Pininfarina, come per esempio le torri residenziali che stiamo progettando tra San Paolo e l'intero Brasile. Siamo riusciti a rendere possibile l'impossibile, o comunque il potenziale, realizzando tanti sogni nostri e dei nostri partner, e questa è una prerogativa propria del Made in Italy che noi stiamo riconfermando progetto dopo progetto, giorno dopo giorno...

**PININFARINA in 10 MOSSE**

- 1 UN PREGIO DA COLTIVARE l'umiltà
- 2 UN VALORE DA DIFENDERE l'eleganza
- 3 UN LIBRO DA CONSIGLIARE "Nato con l'automobile", di mio nonno Battista
- 4 UN DISCO DA RIASCOLTARE "The Dark Side of the Moon", dei Pink Floyd: 50 anni e... non sentirli
- 5 UN FILM DA RIVEDERE "Il cacciatore", con Robert De Niro
- 6 UN TRAGUARDO DA RAGGIUNGERE i 100 anni della Pininfarina (ne mancano solo 7...)
- 7 UNA PAROLA DA DIRE PIÙ SPESSO grazie
- 8 UN DIFETTO DA COMBATTERE l'invidia
- 9 UN POSTO DOVE TORNARE Miami, dove c'è una nostra sede a cui sono molto legato
- 10 UN OGGETTO DA CUI È IMPOSSIBILE SEPARARSI lo smartphone (purtroppo)

**Qual è stata la sua più grande sfida professionale?**

Poco dopo il mio ingresso in azienda, all'inizio degli anni '80 disegnavamo solo automobili; poi mio padre, che sapeva leggere nel futuro, mi ha affidato la Pininfarina Extra, che è diventata la mia prima grande sfida professionale; mi disse che nel giro di trent'anni



La cucina Ola di Snaidero, primo grande successo del marchio Pininfarina al di fuori dell'automotive

il nostro business si sarebbe suddiviso al 50% tra il comparto automotive e il "resto". Secondo lui ne avevo le capacità, dovevo solo rimboccarmi le maniche, consolidare settore per settore e avremmo davvero potuto raddoppiare le attività. Ovviamente aveva ragione lui, perché oggi se si guarda al numero di progetti, di dipendenti e così via è tutto vero. A quel tempo la Pininfarina aveva 7 o 8 clienti, tutti nel settore automobilistico; adesso ne ha 200 ed è cambiato veramente tutto.

**Qual è il progetto firmato Pininfarina che sente più "suo"?**

Fuori dal mondo delle quattroruote direi la cucina Ola di Snaidero, che abbiamo disegnato nel 1990, perché è stato il primo progetto che ha dato alla Pininfarina notorietà internazionale

al di là dell'automotive, ma paragonabile a quello; ancora oggi è a catalogo, tra i best seller dell'azienda e continuiamo a realizzarne nuove versioni. Nel campo delle autovetture sarebbe forse più semplice dire le Ferrari "Sergio" e "Battista", perché sono i modelli che ho dedicato a mio padre e a mio nonno, ma invece scelgo la Ferrari "FF", la Ferrari Four (4 posti e 4 ruote motrici) perché è la prima che mi sono trovato a gestire da solo in azienda e rappresenta un manifesto di innovazione a tutti i livelli: è stata la prima 4x4 del Cavallino rampante, la prima Ferrari con il portellone posteriore, ma anche con quattro posti veramente tali, dove i passeggeri posteriori stanno comodi quanto quelli della fila anteriore.

**C'è qualcosa di particolare nato dalla creatività di un altro**

**marchio che invece avrebbe voluto firmare lei?**

Farà fatica a crederci, ma le rispondo... la pasta. Quando nel 1983 ho visto quella disegnata da Giugiaro, l'ho trovata geniale; tra l'altro si era cimentato in uno dei prodotti-simbolo del food Made in Italy. A quei tempi non c'era ancora la divisione Pininfarina Extra, ma sono stato molto invidioso...

**Quanto è decisiva l'innovazione nell'essere sempre "avanti" rispetto al presente?**

Per noi è fondamentale, come lo è per qualunque azienda che voglia rimanere competitiva sul mercato (e chi non lo vorrebbe?!). La storia di Pininfarina è fatta di continue evoluzioni: dopo 93 anni ci guardiamo indietro e vediamo oltre mille progetti quasi tutti innovativi. Certo, ci sono poi marchi del lusso che diventano talmente iconici da riuscire a realizzare repliche di creazioni del passato e forse anche a vivere di quello, ma io penso che comunque l'ossigeno che devono respirare le aziende venga solo dall'innovazione.

**È ancora possibile oggi inventare qualcosa di nuovo?**

Absolutamente sì, ed è indispensabile; lo dico per la nostra azienda, ma anche per l'intero nostro Paese e per il suo grado di reputazione all'estero: noi italiani saremo sempre "condannati" a innovare. 

LA SOSTENIBILITÀ SECONDO EDISON

# OBIETTIVO GREEN

TARGET STRATEGICI, VISIONI CONDIVISE  
E POLITICHE DI EFFICIENZA ENERGETICA  
PER UN FUTURO SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE

di MILENA ARDESANI

**È** la più antica società energetica d'Europa e vanta 140 anni di storia contrassegnati sin dagli esordi dal raggiungimento di importanti traguardi: a partire dalla costruzione della prima centrale idroelettrica realizzata nel nostro continente o dalla faticosa notte di Santo Stefano del 1883, quando per la prima volta il Teatro alla Scala è stato illuminato tramite corrente elettrica. Oggi Edison è uno degli operatori leader del settore in Italia con attività legate ad approvvigionamento, produzione e vendita di energia elettrica e gas naturale, oltre che ai servizi energetici e ambientali. È questo l'esito di un percorso di continua crescita in cui business, innovazione e sostenibilità hanno rappresentato un ruolo assolutamente decisivo, come ci racconta Elena Guarnone, Head of Sustainability di Edison. ▶

La diga Edison di Robbiate,  
con l'opera di sbarramento  
di Cornate d'Adda (MB)



«Per noi la “sostenibilità” è un concetto ampio e articolato, al cui interno è compreso l’insieme delle scelte e dei comportamenti che consentono al Gruppo di perseguire il proprio oggetto sociale, con due particolari attenzioni: da una parte naturalmente quella di traguardare la redditività insieme alla competitività di lungo periodo e dall’altra quella di valorizzare gli interessi di tutti i suoi stakeholder. Questo concetto si riverbera proprio nella nostra nuova *Politica di Sostenibilità*, che pone al centro i temi ESG – Environmental, Social e Governance – insieme agli aspetti più strategici di business della società, basandola sui Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite, relativi a diritti umani, standard lavorativi, tutela dell’ambiente e lotta alla corruzione». Nel corso del 2022 il 90% degli investimenti di Edison – pari a oltre 700 milioni di euro – è risultato in linea con gli SDGs dell’ONU. Il Gruppo è fortemente impegnato in prima linea nella sfida della transizione energetica, attraverso lo sviluppo della generazione rinnovabile e low carbon, i servizi energetici e ambientali, l’attività di gas naturale e green gas: tutti i pilastri di una strategia di



Sopra, Elena Guarnone, Head of Sustainability di Edison; a lato, dall’alto un impianto fotovoltaico dell’azienda energetica milanese e gli interni della centrale idroelettrica di Venina (SO)

transizione energetica in linea con i target europei. «Edison ha obiettivi di sostenibilità a medio-lungo termine», afferma Elena Guarnone, «e i nostri impegni sono volti a generare impatti positivi per la società e per l’intero pianeta. Attraverso la Dichiarazione non Finanziaria, l’azienda monitora e rendiconta questi impatti e declina strategicamente gli impegni presi lungo i quattro assi principali della sua *“Politica di Sostenibilità”*, che riflettono la cultura e i target strategici del Gruppo: *“Climate Action”*, *“Capitale umano e inclusione”*, *“Valore per i clienti, territorio e sviluppo economico sostenibile”* e *“Capitale naturale e paesaggio”*».



Negli ultimi 15 anni le attività di mitigazione del cambiamento climatico del Gruppo hanno per esempio portato a una riduzione significativa e progressiva delle proprie emissioni dirette di CO<sub>2</sub> di oltre due terzi, passando da quasi 25 milioni di tonnellate del 2006 agli attuali 6,9 milioni del 2022.

Gli investimenti sul fronte delle sostenibilità energetica hanno dato il via a nuove offerte, sia sul fronte dell’energia elettrica sia del gas, che si sono confermate 100% green, certificate da garanzie d’origine di provenienza esclusivamente da fonti rinnovabili e di compensazione delle emissioni

di carbonio del gas con crediti certificati. L’azienda dispone di un parco di produzione di energia elettrica estremamente flessibile ed efficiente, composto da 200 centrali tra impianti idroelettrici, eolici, solari e termoelettrici a ciclo combinato a gas ad

alta efficienza. Sono 7,2 i GW potenza netta installata complessiva dell’azienda, che oggi opera in Italia e Europa, impiegando oltre 5.500 persone. «Proprio l’asse *“Capitale umano e inclusione”* rappresenta una priorità storica per Edison, che considera le proprie risorse, in un contesto di salute e sicurezza, un elemento chiave per la creazione di valore di lungo termine grazie a pratiche di occupabilità e impiegabilità, ma anche di cura della pluralità e inclusione, non solo per i nostri collaboratori interni, ma anche per tutte le imprese con cui lavoriamo. Così come il tema di *“Capitale naturale e paesaggio”* riconosce il valore vitale degli ecosistemi per il benessere delle comunità sull’intero territorio italiano e risulta quindi fortemente connesso alle azioni intraprese sul fronte *“Climate action”*, proprio perché natura e clima sono strettamente legati sia in termini di impatto che di soluzioni».



Un aerogeneratore dell'impianto eolico Edison di Monteferrante (CH), entrato in funzione nel 2002

Anche per lo storico Gruppo milanese l'innovazione è uno dei fattori abilitanti che rappresenta un modo di operare trasversale a tutti i business, un fattore abilitante in quanto tale: «All'interno della nostra struttura», riprende Guarnone, «esiste una divisione espressamente dedicata all'innovazione che guarda un po' a tutto lo spettro e a tutto il ventaglio delle possibilità; quindi fa scouting, esplora i trend emergenti, fa una valutazione delle tecnologie innovative. Naturalmente tiene conto del digitale come elemento imprescindibile e accompagna tutte le divisioni nel definire

*nuovi modelli di business, ma è anche il volano delle principali prestazioni in termini energetici.* Con una capacità installata di oltre 2 GW tra eolico, fotovoltaico e idroelettrico, nel 2022 Edison ha prodotto 3,4 terawattora di energia elettrica, evitando l'emissione in atmosfera di 1,7 milioni di tonnellate di CO<sub>2</sub>. La Società si pone l'obiettivo di raggiungere i 5 GW di potenza rinnovabile al 2030 (a cui si aggiunge 1 GW per lo sviluppo di rinnovabili per la produzione di idrogeno verde e per i sistemi di accumulo dell'energia), per una quota di produzione rinnovabile del

40%, abbassando l'intensità emissiva a un valore inferiore o uguale a 230 grammi di anidride carbonica al kilowattora e realizzando almeno 10 impianti di green gas (biogas/biometano) rispetto agli attuali 5.

Nel 2004 è stata tra le prime aziende in Italia a redigere il Rapporto di Sostenibilità, con l'obiettivo di fornire un quadro completo e trasparente del proprio impegno in ambito economico, sociale e ambientale, così come nel 2017 ha pubblicato per prima nel nostro Paese la Dichiarazione non Finanziaria, parte integrante dei fascicoli del Bilancio d'esercizio. «La sostenibilità è un lungo cammino che si declina in molteplici tappe», conclude Elena Guarnone, «e che si può intraprendere solo se c'è un'autentica unitarietà di intenti tra ogni soggetto coinvolto, dall'azienda ai vari stakeholder, siano essi clienti, fornitori o collaboratori. Una visione comune che deve farsi cultura condivisa: solo a questo punto si può camminare tutti insieme verso la meta». ■



ACQUE BRESCIANE

# OGNI GOCCIA

# CONTA

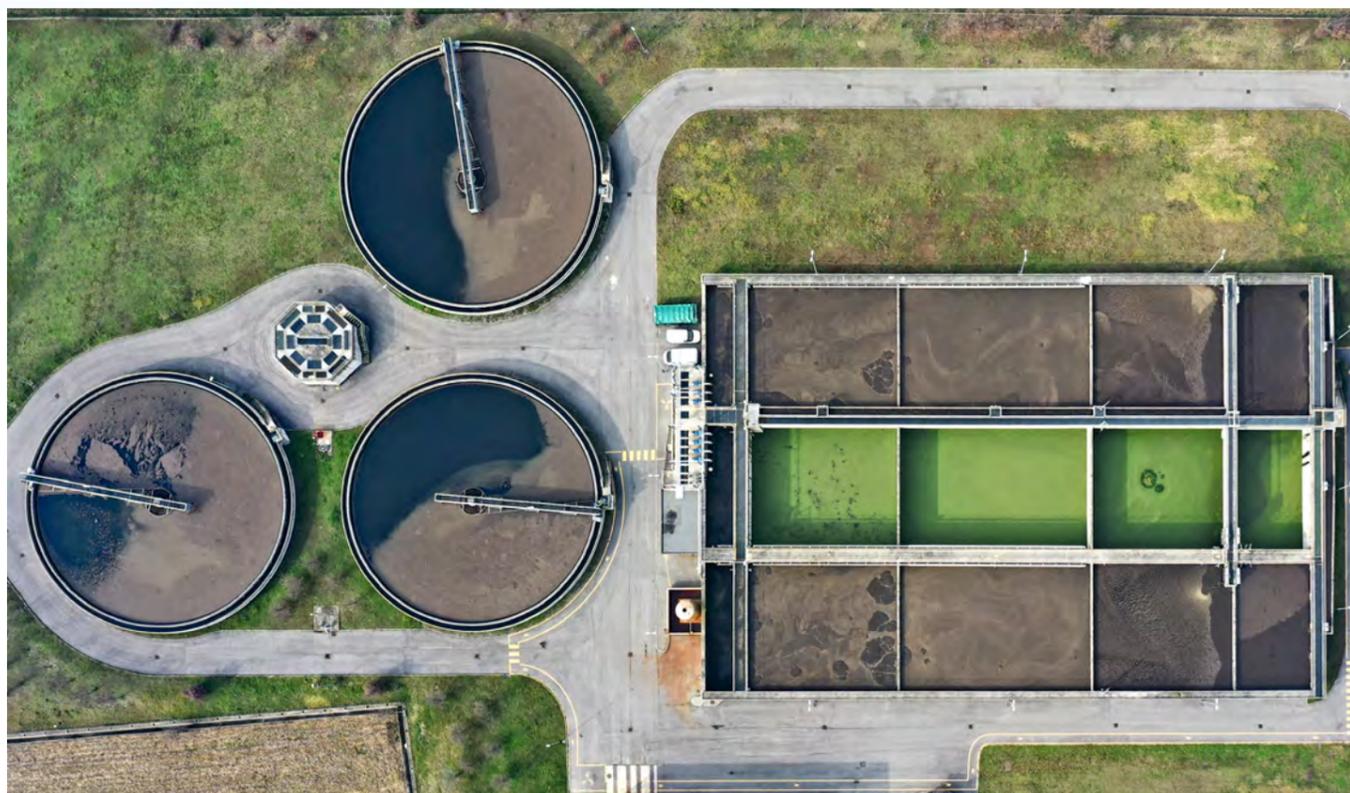
TECNOLOGIE AVANZATE PER GARANTIRE IL DIRITTO DI ACCESSO UNIVERSALE ALL'ACQUA

di GIULIA GIANNACCINI

L'acqua ricopre il 71% della superficie della Terra, con un volume stimato in 1.360.000.000 km<sup>3</sup>. Del volume totale, solo il 2,5% è costituito da acqua dolce, elemento che la rende una risorsa estremamente preziosa e pericolosamente a rischio a causa dell'alterazione degli equilibri ambientali dovuta all'inquinamento, al cambiamento climatico, a temperature elevate anche fuori stagione e alla siccità, alla dispersione delle risorse idriche a causa di impianti obsoleti e a sprechi di risorse nel settore agricolo e industriale.

Tutelare le risorse idriche è dunque un *effort* doveroso e indispensabile, che richiede azioni tempestive ad alto grado di innovazione. Acque Bresciane - azienda che si occupa della gestione del servizio idrico integrato nel territorio dei Comuni della Provincia di Brescia - ha abbracciato questa mission e si impegna a gestire consapevolmente un bene di grande valore come è l'acqua, il così detto "oro blu". È una società benefit, la prima in Italia per una utility del Servizio idrico integrato: si tratta di aziende che intervengono sul proprio modello di business con lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e la biosfera, una trasformazione statutaria su base volontaria, che la impegna a raggiungere quattro obiettivi a beneficio degli stakeholder: sostenibilità ambientale, innovazione, welfare aziendale e progetti sociali per sostenere l'accesso universale e sicuro all'acqua.

Per Acque Bresciane "ogni goccia conta", un *purpose* che orienta le strategie di sostenibilità ambientale attraverso la riduzione delle perdite idriche ma anche l'impegno al riutilizzo delle acque in uscita dai depuratori. Ogni goccia di acqua deve appunto essere tutelata e salvaguardata, strategia nella quale l'apporto delle persone è decisivo e centrale: l'azienda punta ad acquisire le migliori competenze, motivare, coinvolgere e valorizzare tutte le figure coinvolte, investendo sul capitale umano e sul valore della sostenibilità intesa come



accesso universale all'acqua. Per questo motivo, Acque Bresciane è impegnata in progetti di cooperazione internazionale in Paesi in via di sviluppo, in particolare con il progetto "Wash 36" ad Anapolis, in Brasile, abbracciando (e centrando) l'obiettivo numero 6 dell'Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile ("Acqua pulita e servizi igienico sanitari"). In questa prospettiva, il mondo accademico e quello della ricerca rappresentano per Acque Bresciane un fondamentale *trait d'union* per poter condurre progetti volti all'innovazione dei processi e di sistema. Ad oggi, l'azienda ha sviluppato progetti di ricerca con l'Università degli Studi di Brescia e con il Politecnico, l'Università Bicocca e l'Università degli Studi di Milano. Ha inoltre avviato il progetto di un nuovo laboratorio che nasce dall'esigenza di efficientare l'attività di monitoraggio ed analisi delle acque destinate al consumo umano

e di quelle depurate da restituire all'ambiente, al fine di garantire una fornitura di alta qualità e di contribuire al miglioramento dell'ambiente. Il progetto passa per la scelta strategica di progressiva internalizzazione dell'attività, scelta indispensabile per un efficiente approccio gestionale da parte del Gestore del Servizio Idrico. Qualità, passione per il territorio e innovazione sono dunque il cuore pulsante delle attività di Acque Bresciane, con sempre ben presenti gli obiettivi di sostenibilità delle Nazioni Unite della già citata Agenda 2030. Da qui è nato il Piano di sostenibilità della Società, che fissa target sfidanti nel tempo, fino al 2045, quando scadrà la concessione di Acque Bresciane e si fonda su 9 obiettivi, tutti strettamente legati alla sfera della sostenibilità: riduzione delle perdite, qualità dell'acqua potabile, acqua di riuso e depurazione, riduzione delle emissioni, centralità degli utenti, sicurezza sul lavoro, miglioramento del welfare, equilibrio economico e finanziario e promozione della sostenibilità. In tutto ciò un ruolo chiave spetta, di fatto, alle nuove generazioni. Per diffondere la cultura della salvaguardia dell'ambiente e sensibilizzare i cittadini, soprattutto quelli più giovani, è necessario far comprendere quanto la risorsa idrica sia preziosa e come attivarsi per tutelarla al meglio. Le nuove generazioni, più informate e consapevoli, sembrano molto sensibili rispetto al futuro del nostro - loro! - pianeta e trasferiscono in famiglia le conoscenze ricevute e le buone pratiche consigliate. A questo scopo, l'azienda ha attivato uno "Sportello Scuola" e dal 2020 ha erogato più di 160 interventi didattici presso scuole elementari, medie e superiori, formando oltre 13mila studenti. Quello di Acque Bresciane è dunque un duplice impegno, non solo verso l'ambiente, ma anche nei confronti della comunità: introduzione di tecnologie avanzate orientate all'innovazione e alla digitalizzazione, così come il riconoscimento al diritto di accesso universale all'acqua, una risorsa preziosa che appartiene a tutti.

# PARITÀ DI GENERE

## 2 PESI

# STESSA MISURA

L'IMPORTANZA STRATEGICA DELL'ADOZIONE DI BUONE PRATICHE SUL VERSANTE DELLA PARITÀ DI GENERE IN OGNI AMBITO DELLA SOCIETÀ CIVILE; PERCHÉ È GIUSTO, MA ANCHE CONVENIENTE

di GIUSEPPE DUCOLI



La parità di genere non è certamente un concetto nuovo. Viene infatti garantita dalla Costituzione nei cosiddetti "Principi fondamentali" nel quadro dei diritti dell'essere umano, riconosciuti all'Art. 2 come inviolabili, e all'Art. 3, che prevede che «tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali». A questi articoli ne seguono altri, più specificatamente riguardanti la parità di genere, tra i quali si distingue l'Art. 37: «La donna

lavoratrice ha gli stessi diritti e, a parità di lavoro, le stesse retribuzioni che spettano al lavoratore».

A partire dagli anni Settanta e Ottanta furono poi emanate leggi determinanti per l'emancipazione della donna e dagli anni Duemila ai nostri giorni l'Italia si è inserita in un panorama europeo e internazionale nel quale sta maturando una tendenza all'integrazione delle problematiche di genere in ogni processo decisionale politico (il cosiddetto *gender mainstreaming*). Un'ulteriore, e decisiva, spinta all'attuazione di politiche di parità di genere

arriva nel 2015 dai governi dei 193 Paesi membri delle Nazioni Unite, con l'approvazione della Agenda ONU 2030. L'Agenda è costituita da 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile da raggiungere in ambito ambientale, economico, sociale e istituzionale entro il 2030: uno di questi, il quinto, è rivolto alla parità di genere e all'autodeterminazione delle donne. Gli scopi di questa missione sono legati sia a garantire l'accesso all'istruzione che ad aumentare la rappresentanza femminile nei processi decisionali ed economici. In questo contesto si inserisce il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, lo strumento che traccia gli obiettivi, le riforme e gli investimenti che l'Italia intende realizzare grazie all'utilizzo dei fondi europei di Next Generation EU.

In conformità alla prassi UNI/PdR 125:2022, il "Sistema di certificazione della parità di genere" è uno degli interventi del PNRR volto ad accompagnare e incentivare le imprese nell'adozioni di politiche per la parità di genere e per l'*empowerment* femminile; il fine è quello di assicurare una maggiore qualità del lavoro promuovendo la trasparenza sui processi lavorativi nelle imprese, riducendo il "*gender pay gap*" ("divario retributivo di genere" che indica la differenza tra il salario annuale medio percepito dalle donne e quello percepito dagli uomini), aumentando le opportunità di crescita in azienda, armonizzando i tempi di vita e tutelando la maternità. Le imprese certificate rispettano gli obiettivi virtuosi stabiliti da specifici indicatori - *Key Performance Indicator* (KPI) - in relazione a 6 aree

di valutazione per le differenti variabili che contraddistinguono un'organizzazione

inclusiva e rispettosa della parità di genere: cultura e strategia, *governance*, processi *human resources*, opportunità di crescita e inclusione delle donne in azienda, equità remunerativa per genere, tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro.

L'introduzione di questo nuovo Sistema di certificazione nel nostro Paese è agevolata con contributi a valere sui finanziamenti Next Generation EU del PNRR previsti per le piccole e medie imprese, destinati sia ai servizi di assistenza tecnica e di accompagnamento alla certificazione sia alla copertura dei costi della certificazione. Il Sistema prevede un principio di premialità che si realizza con l'introduzione di meccanismi di incentivazione. Alle aziende private che siano in possesso della certificazione della parità di genere in applicazione della prassi UNI/PdR 125:2022 rilasciata da un Organismo di certificazione accreditato è infatti concesso un esonero dal versamento di una percentuale dei complessivi contributi previdenziali a carico del datore di lavoro. Inoltre, alle imprese certificate è riconosciuto un punteggio premiale per la valutazione di proposte progettuali da parte di autorità titolari di fondi europei nazionali e regionali, ai fini della concessione di aiuti di Stato a cofinanziamento degli investimenti sostenuti. Infine, è stata introdotta nel "Codice dei contratti pubblici" una diminuzione della garanzia prevista per la partecipazione alle procedure di gara da parte di aziende certificate, oltre alla possibilità per le amministrazioni aggiudicatrici di istituire sistemi premiali legati al possesso della certificazione di genere. ■





S-DIY &amp; GREEN NETIQUETTE

# LA SOSTENIBILITÀ PASSA dall'EUROPA

**CAROLINA  
ALBASIO**  
È COINVOLTA  
IN DUE PROGETTI  
ERASMUS+  
FINANZIATI DALLA  
UE SUL TEMA  
SOSTENIBILITÀ

di LISA LONATI

**N**elle sue tre dimensioni più classiche – ambientale, sociale ed economica – il tema della sostenibilità è emerso come una preoccupazione di cruciale importanza a livello globale, considerate le sfide che il nostro pianeta deve affrontare. In primis, la sostenibilità ambientale richiede una gestione responsabile delle risorse, la riduzione dell'inquinamento e la conservazione degli ecosistemi attraverso l'adozione di fonti di energia rinnovabili, la diminuzione delle emissioni di gas serra e la tutela della biodiversità. D'altro canto lo sviluppo sostenibile si deve necessariamente concentrare anche sull'equità sociale, sull'inclusività e sul miglioramento della qualità della vita; ciò significa garantire la cosiddetta "sostenibilità sociale", ovvero l'accesso all'istruzione, all'assistenza sanitaria e ai servizi di base per tutti gli individui, promuovendo al contempo la giustizia sociale e la diversità culturale. Infine, è possibile affermare che le pratiche sostenibili già citate siano complementari alla promozione di una crescita economica che non impatti in maniera eccessiva sull'ambiente;

si tratta quindi di promuovere l'economia circolare, incoraggiando modelli di consumo e produzione responsabili e integrando la sostenibilità nei vari modelli di business.

Ma cosa vuol dire concretamente essere sostenibili? Per l'Istituto Universitario Carolina Albasio la sostenibilità è parte integrante della realtà accademica e, a partire dal 2021, passa dall'Europa attraverso due progetti finanziati dall'Unione Europea per il tramite del programma Erasmus+.

Il primo – **Sustainability for Diversity Inclusion within Youth** (S-DIY, consultabile al sito <https://sdiy-project.eu/>) – mira a promuovere l'impegno attivo nella cittadinanza europea e globale da parte dei giovani, in applicazione delle priorità del Consiglio circa la politica giovanile dell'UE. Il progetto – partenariato tra Carolina Albasio, Solution Solidarité et Inclusion (Francia)

e Eurospeak Limited (Irlanda) – si concentra sulla sostenibilità, come previsto tra l'altro dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) definiti dall'Organizzazione delle Nazioni Unite, resi oggetto di eventi formativi ad hoc durante l'implementazione dell'iniziativa SDIY. Il progetto persegue tre obiettivi: raccogliere le migliori pratiche relative al dialogo inclusivo tra giovani appartenenti a gruppi sociali diversi tra loro e alla promozione del dibattito sulla sostenibilità e la cittadinanza attiva; informare i giovani e interessarli circa gli SDGs; ingaggiare cittadini under 30 tramite simulazioni di attuazione dei target ONU nel contesto europeo. Tutto questo è reso concretamente possibile grazie alla creazione di una piattaforma digitale contenuta nel sito internet del progetto, realizzata da Albasio e finalizzata a rafforzare il dialogo sugli obiettivi di sostenibilità ambientale tra giovani di diversa provenienza ed estrazione.

Il secondo progetto, iniziato a maggio 2023, si chiama invece **Green Netiquette** (GNet) e coniuga il tema della sostenibilità con quello della "netiquette", ovvero l'insieme delle "norme di

buona condotta" da adottare negli spazi digitali. L'obiettivo è quello di promuovere appunto l'uso di una netiquette attenta all'ambiente come abilità e competenza trasversale, ma anche di sensibilizzare e promuovere buone pratiche per un uso delle tecnologie digitali rispettoso dell'ambiente e delle persone. L'iniziativa è coordinata dalla Univerzita Jana Evangelisty Purkyne v Usti Nad Labem (Repubblica Ceca), in partenariato con Eurospeak Limited (Irlanda), YouthMakers (Grecia) e Carolina Albasio: si concentrerà su attività di formazione di educatori sui temi trattati da GNet, conduzione di dibattiti pubblici su una piattaforma digitale, creazione di un opuscolo sulle migliori pratiche e sviluppo di un sito web sostenibile che includa elementi digitalmente green. I risultati saranno presentati in occasione di una conferenza finale al termine del progetto.

L'impegno di Carolina Albasio nella promozione di un'identità sostenibile sta aprendo la strada a importanti iniziative, che in ambito europeo trovano un contesto maggiormente favorevole, per avere uno sguardo sempre più verde al futuro. Stay tuned!





## SILAQ

La prima **"Giornata della Sicurezza"** targata **SAFELAND** è stata un grande successo e un'occasione di incontro, condivisa con clienti, partner, dipendenti e amici, che il 26 maggio si sono dati appuntamento all'interno della "palestra" per la condivisione e la diffusione della cultura della sicurezza a 360 gradi. Tutti insieme per gareggiare o assistere da spettatori alle **prove di abilità**, tra spazi confinati, ambienti inquinati, linee vita, scale e trabatelli, arrampicata, prove antincendio reali e virtuali (by FLAIM); ne ha parlato anche il quotidiano **"Avvenire"**, con un lungo

articolo del giornalista Paolo Ferrario – presente all'evento – mentre pochi giorni dopo Cristina Pacchiardo (Responsabile Ricerca e Sviluppo Gruppo Silaq) ha partecipato alla trasmissione radiofonica "Che giorno è" di **RAI Radio 1** ed è stata intervistata dai conduttori Francesca Romana Ceci e Massimo Giraldi. La "Giornata della Sicurezza" ha avuto davvero una notevole risonanza, tra momenti di apprendimento e di sana competizione, ma sempre nella consapevolezza che **la sicurezza sul lavoro non è mai un gioco**: perché in gioco... c'è la vita!



## CAROLINA ALBASIO

A partire dall'anno accademico 2023-2024 l'offerta formativa del Corso Triennale in Scienze della Mediazione Linguistica proposto dall'Istituto Universitario Carolina Albasio si arricchisce con il nuovo indirizzo **"Innovazione e Digital Economy"**, che affiancherà il consolidato **"Relazioni internazionali e diplomatiche"**. Il primo ha l'obiettivo di formare mediatori linguistici con un elevato profilo tecnico e operativo e competenze in ambito informatico, del digital marketing, della pianificazione strategica e della digital transformation per le aziende. Il secondo forma mediatori linguistici in grado di gestire rapporti con l'estero, di attuare programmi di cooperazione internazionale per lo sviluppo e di collaborare nelle istituzioni che curano i rapporti diplomatici.



## SALVO D'ACQUISTO

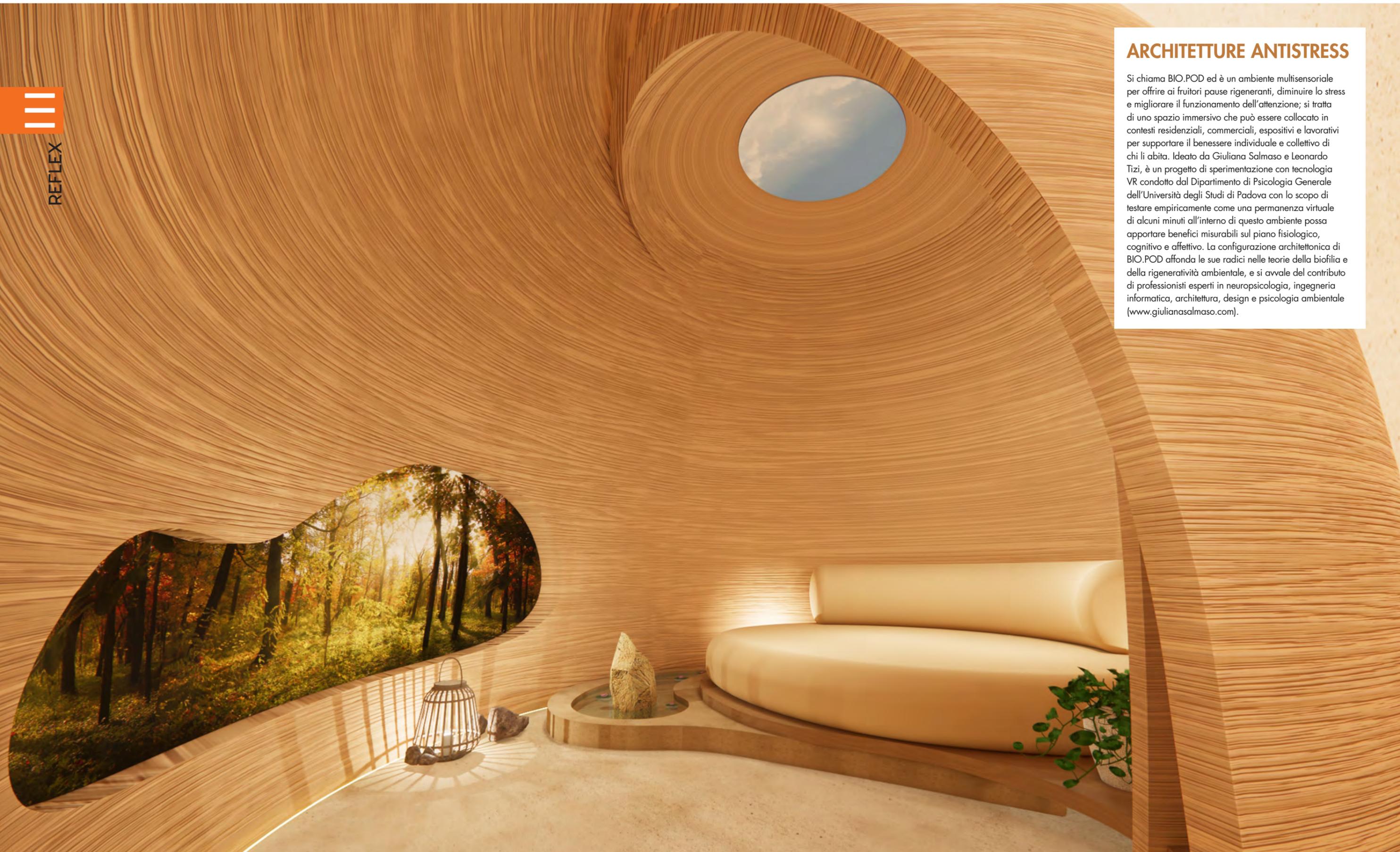


**"Protagonisti del Made in Italy: Ieri, Oggi, Domani – Professionalità in evoluzione"** è il titolo del convegno organizzato il 19 maggio scorso dall'Istituto Universitario Salvo d'Acquisto – IUSDA e dal Polo Universitario METIS presso la Fondazione Achille Marazza di Borgomanero. Patrocinato dal Comune di Borgomanero, dalla Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte e dalla Fondazione Achille Marazza, l'evento ha visto la partecipazione di importanti esponenti del mondo accademico, delle istituzioni, dell'imprenditoria che si sono confrontati su queste tematiche strategiche per il futuro del nostro Paese. IUSDA sempre in prima fila, a partire anche dal nuovo indirizzo **"Imprese e Made in Italy"** attivato già dal prossimo Anno Accademico 2023-2024.

## Q-AID

**Q-AID ha superato quota 5.000!** Tanti (e ancora di più...) sono i **certificati che attestano le Competenze delle Persone** rilasciati – a partire dal 2017 – dall'Organismo Accreditato per figure nel mondo industriale, della saldatura, dell'edilizia e della manutenzione impianti F-Gas, ma anche per professionalità complesse come Project Manager, esperti CAM ed altre ancora. La Legge 4/2013, inerente alle professioni non regolamentate, permette infatti una continua elaborazione di norme che definiscono conoscenze, abilità e competenze per definire requisiti uniformi a ciascun profilo professionale; l'obiettivo di Q-AID è quello di offrire un **ventaglio sempre maggiore di profili certificabili**, facendo fronte alle esigenze di un mercato in continua evoluzione e consapevole dell'importanza degli investimenti sulle qualifiche personali.





## ARCHITETTURE ANTISTRESS

Si chiama BIO.POD ed è un ambiente multisensoriale per offrire ai fruitori pause rigeneranti, diminuire lo stress e migliorare il funzionamento dell'attenzione; si tratta di uno spazio immersivo che può essere collocato in contesti residenziali, commerciali, espositivi e lavorativi per supportare il benessere individuale e collettivo di chi li abita. Ideato da Giuliana Salmaso e Leonardo Tizi, è un progetto di sperimentazione con tecnologia VR condotto dal Dipartimento di Psicologia Generale dell'Università degli Studi di Padova con lo scopo di testare empiricamente come una permanenza virtuale di alcuni minuti all'interno di questo ambiente possa apportare benefici misurabili sul piano fisiologico, cognitivo e affettivo. La configurazione architettonica di BIO.POD affonda le sue radici nelle teorie della biofilia e della rigeneratività ambientale, e si avvale del contributo di professionisti esperti in neuropsicologia, ingegneria informatica, architettura, design e psicologia ambientale ([www.giulianasalmaso.com](http://www.giulianasalmaso.com)).



Energy: the Luminous Circle of Life

\*CARLO MUTTONI DIRETTORE DIPARTIMENTO DESIGN CRSL

mut



L'ULTIMA PAGINA by MUT\*

## INEDITA

IL FUTURO PASSA DI QUI

Anno II - n. 2 / luglio 2023

### Periodico quadrimestrale

Registrazione presso il Tribunale di Milano  
n. 127 del 5 settembre 2022  
Registro degli Operatori della Comunicazione  
n. ROC 38793 del 21/11/2022

### Polo Universitario Metis - ETS

via Vittor Pisani 8  
20124 Milano (MI)  
inedita@polometis.eu  
https://inedita.polometis.eu

### Direttore Responsabile

Andrea Milanese

### Progetto grafico e impaginazione

Ivana Tortella

### Coordinamento redazionale

Stefano Robba

### Redazione

Milena Ardesani, Giulia Giannaccini

### Hanno collaborato

Federico Cociancich, Marco Claudio Colombo, Giuseppe Ducoli, Stefano Fantini, Lisa Lonati, Barbara Minesso, Isabella Querci, Davide Re, Alessandra Russo

### Crediti fotografici

Acque Bresciane (24-25), Bio.Pod (32), Greta Bonacina (30), Edison (18-22), iSTOCK (5-11, 23, 26, 28, 31), IUSDA (31), Pininfarina (cover, 12-17)

In copertina: Paolo Pininfarina e la Ferrari "Sergio"

### Serv. Provider

Aruba S.P.A. - Via San Clemente 53, Ponte San Pietro (BG)

Copyright. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

Numero chiuso in redazione il 29/6/2023

# CA ISTITUTO UNIVERSITARIO CAROLINA ALBASIO

Via Luigi Pomini, 13 – 21053 Castellanza (VA)  
Telefono + 39 0331 500025 – Email [segreteria@albasio.eu](mailto:segreteria@albasio.eu)



## Laurea Triennale in Scienze della Mediazione Linguistica

# ISCRIZIONI APERTE!

ANNO ACCADEMICO 2023/2024

Laurea Triennale con indirizzi:



**INNOVAZIONE E DIGITAL  
ECONOMY**



**RELAZIONI INTERNAZIONALI  
E DIPLOMATICHE**

**WWW.ALBASIO.EU**

