

Anno LXXIII | numero 4 - 2024



Economia trentina

THINK
OUTSIDE
THE BOX

START-UP

Innovazione ad alto contenuto tecnologico

INFORMATIVA ABBONATI

Ai sensi dell'art. 13 del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), La informiamo che i Suoi dati personali saranno trattati dalla Camera di Commercio Industria Artigianato Turismo e Agricoltura di Trento, Titolare del trattamento, per provvedere alla spedizione della pubblicazione "Economia trentina".

In nessun caso i suoi dati saranno diffusi, né trasferiti all'estero, ma potranno essere comunicati a terzi incaricati di svolgere o fornire specifici servizi strettamente funzionali all'invio della rivista ed esclusivamente nei limiti e con le modalità previste dalla normativa vigente.

I dati conferiti saranno conservati per il tempo necessario ad adempiere alla finalità indicata. Lei potrà far valere i Suoi diritti di cui agli artt. 15 e ss. del GDPR (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettificazione, portabilità, integrazione dei dati, opposizione al loro trattamento e reclamo al Garante Privacy) e in particolare potrà in qualunque momento richiedere la cancellazione del Suo nominativo dall'indirizzario scrivendo a Camera di Commercio I.A.T.A. di Trento, via Calepina 13, 38122 Trento (cciaa@tn.legalmail.camcom.it) oppure al Responsabile della protezione dei dati (rpd@tn.legalmail.camcom.it).

PRIVACY - BANCHE DATI DI USO REDAZIONALE (articolo 2 Codice di deontologia dei giornalisti)

In relazione al Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR - Regolamento europeo in materia di dati personali e ai sensi dell'art. 2, secondo comma del Codice di deontologia dei giornalisti, relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, la Camera di Commercio I.A.T.A. di Trento, in qualità di Titolare del trattamento, comunica

- che nella propria sede in via Calepina, 13 - 38122 Trento - sono presenti banche dati ad uso redazionale nelle quali sono raccolti dati personali e sensibili;
 - che per far valere i diritti di cui agli artt. 15 e ss. del GDPR (cancellazione, blocco, aggiornamento, rettifica, portabilità, integrazione dei dati, opposizione al loro trattamento) e in particolare per richiedere la cancellazione del proprio nominativo dall'indirizzario può scrivere a Camera di Commercio I.A.T.A. di Trento, via Calepina 13, 38122 Trento (cciaa@tn.legalmail.camcom.it) oppure al Responsabile della protezione dei dati (rpd@tn.legalmail.camcom.it).
-

ECONOMIA TRENTEINA

Rivista trimestriale
della Camera di Commercio Industria
Artigianato Turismo e Agricoltura
di Trento
Presidente:
Andrea De Zordo

Anno LXXIII - n. 4-2024
Dicembre 2024

Direzione e redazione
Camera di Commercio IATA di Trento
via Calepina 13 - 38122 Trento
tel: 0461 887269
fax: 0461 986356
email: ufficio.stampa@tn.camcom.it
www.tn.camcom.it

Reg. Tribunale di Trento n. 34
dell'11 Agosto 1952

Direttore responsabile:
Alberto Olivo
Comitato editoriale:
Michele Andreaus, Alberto
Folgheraiter, Alessandro
Franceschini, Mauro Marcantoni,
Daniele Marini, Alberto Olivo,
Massimo Pavanelli
Coordinamento editoriale e
redazionale:
Donatella Plotegher

Progetto grafico:
Plus Communication
Impaginazione: Prima srl
Stampa:
Stampa Sud



Foto:
Archivio Immagina Biotechnology -
Autore: Efrem Bertini; Archivio ApT
Dolomiti Paganella ph. Filippo Friz-
zera; Vitamina Studio: MG PHOTOS
di Marco Gober; Archivio CBS: Canva,
Matteo Destejana; Archivio Social
IT software & consulting; Archivio
Biblioteca comunale di Ala; Giovanni
Battista Unterveger; Federico Nar-
delli; Archivio Fondazione Campana
dei Caduti: Foto Paolo Aldi; Wikimedia
Commons: Creative Commons CC0 1.0
Universal Public Domain Dedication,
EU2016 SK, ph halime sarrag; Creati-
ve Commons Attribution 2.0 Generic
license, European Parliament, Stock.
adobe.com: rawpixel.com, REDPIXEL,
LIGHTFIELD STUDIOS, bonninturina,
Khuefa, Nassorn, auremar, freshidea,
ClaytonD/peopleimages.com, alpha-
spirit, naka, S Fanti/peopleimages.
com, Worawut, scienceDISPLAY,
Parradee, blacksalmon, Suphachai,
belahoche, Siphasethu Fanti/peo-
pleimages.com; Deemerwha studio;
Marco; SAndor; NicoElNino; EwaStu-
dios; JeanLuc; Leonid; Gina Sanders;
navintar.

Poste Italiane s.p.a.
Spedizione
in Abbonamento Postale
70% Trento n. 4-2024

ISSN 0012-9879

Foto di copertina:
Stock.adobe.com: Muhammad Nauman

Corrispondenza, manoscritti,
pubblicazioni devono essere
indirizzati alla Direzione della
rivista. Gli articoli firmati e siglati
rispecchiano soltanto il pensiero
dell'Autore e non impegnano la
Direzione della rivista. È vietata la
riproduzione degli articoli e delle
note senza l'autorizzazione.



AREA SVILUPPO

02

**START-UP,
PRODUTTRICI
DI VALORE**
MICHELE ANDREAUS
MASSIMO PAVANELLI



08

**UN DECENNIO
DI "START-UP ACT"**
CLARISSA BAGLIERI



17

**ACCANTO ALLE IMPRESE
NELLE SFIDE DI DOMANI**
ACHILLE SPINELLI



20

**"OLTRE IL TRACCIATO
COMUNE"**
MASSIMILIANO CLAMER

AREA ECONOMIA E AZIENDE

24

**L'IMPRESA
RESPONSABILE**
JACOPO TOMASI



29

**"CBS", TRA
SOSTENIBILITÀ
E INNOVAZIONE**
ALESSANDRO
FRANCESCHINI

34

**"SOCIAL IT", UNA
FINESTRA APERTA
SULL'EUROPA**
MAURO MARCANTONI

AREA CULTURA E TERRITORIO

38

**IL CASTELLO DI AVIO,
ANTICHE DOMANDE
E NUOVE RISPOSTE**
ALICE SALAVOLTI



42

**RITORNO ALLE
TERRE "ALTRE"**
ALBERTO FOLGHERAITER
FEDERICO NARDELLI

48

**MARIA DOLENS,
MESSAGGERA DI PACE**
MAURO MARCANTONI
ALICE SALAVOLTI



OLTRE I CONFINI PROVINCIALI

52

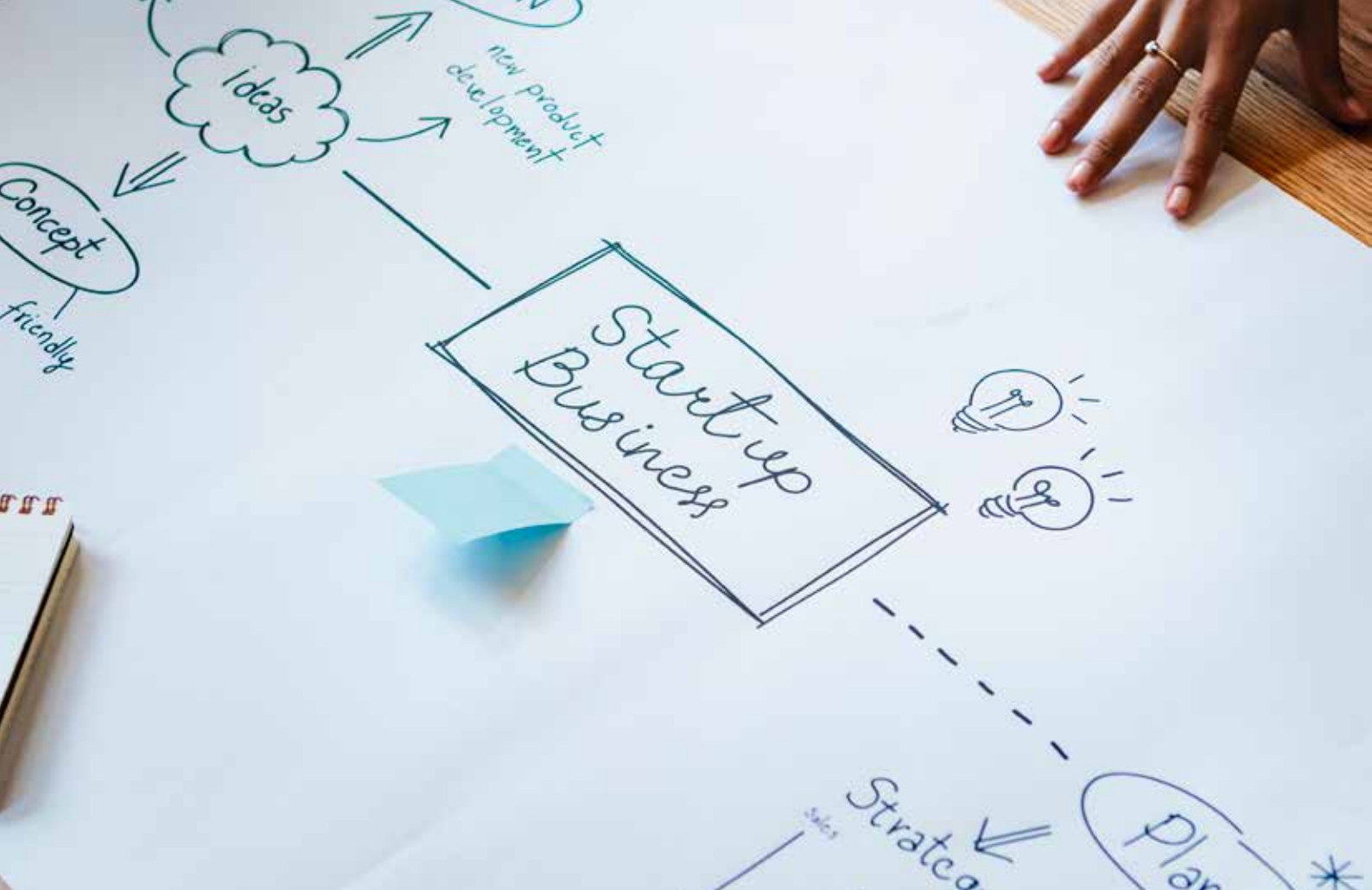
**EUROPA, SFIDE DI
STRAORDINARIO RILIEVO**
GIANNI BONVICINI



57

**COMMERCIO
INTERNAZIONALE,
IL RUOLO DELL'UE**
TERESA
LAFRANCESCHINA





START-UP, PRODUTTRICI DI VALORE

MICHELE ANDREAUS Professore ordinario presso il Dipartimento di economia e management dell'Università degli studi di Trento

MASSIMO PAVANELLI Coordinatore dell'Ufficio studi e ricerche della Camera di Commercio di Trento

Un'attitudine a innovare per dare vita a nuove prospettive di sviluppo

L'espressione "start-up" è oramai divenuta di uso comune nelle conversazioni quotidiane, sugli organi di informazione, nel confronto politico e all'interno di studi e analisi di carattere scientifico.

Come talvolta accade nel momento in cui un termine si diffonde rapidamente e inizia a far parte dell'uso quotidiano, il significato di una parola finisce con l'assumere significa-

ti che a volte si allontanano da quello originale. Nella prima accezione in chiave economica, il termine *start-up* si riferiva alla fase iniziale di una nuova impresa, quella in cui l'imprenditore si dota di tutte quelle risorse (umane, materiali e finanziarie) necessarie all'avvio, organizzazione e crescita dell'attività produttiva. Ora il termine è fortemente legato alle nuove tecnologie e alla frontiera dell'innovazione.

Con il passare del tempo, l'attenzione degli studiosi - e con essa il significato del termine - si è quindi progressivamente spostata dal periodo iniziale di un'attività imprenditoriale, all'impresa stessa.

La grande attenzione dedicata a livello accademico a questo tema ha finito con lo stimolare, a partire dagli anni 90 del secolo scorso, misure e politiche pubbliche volte ad agevolare, favorire e promuovere questo particolare tipo di imprenditoria. Ma quali sono i motivi alla base di tanto interesse per le *start-up*? E, soprattutto, le misure adottate e le risorse assegnate hanno sino a oggi sortito effetti tangibili e concorso a raggiungere gli obiettivi prefissati? Per quanto riguarda le ragioni dell'importanza attribuita alle *start-up* ci soffermiamo su due linee interpretative che hanno caratterizzato gli studi sulla materia.

Un primo approccio si ispira alla capacità di nuove realtà imprenditoriali (come le *start-up*) di affermarsi sulla base di concetti e schemi nuovi che, in forte discontinuità con i paradigmi esistenti, creano le condizioni per una produzione di valore fondata su idee e processi innovativi (richiamando, in tal senso, il concetto di "distruzione creatrice", elaborato dall'economista austriaco Joseph Schumpeter).

Alla base di una seconda chiave di lettura dell'idea di *start-up* è invece posto il mondo del lavoro. Più nello specifico, si guarda alle *start-up* come aziende potenziali creatrici di nuovi posti di lavoro o, in taluni casi, addirittura come stru-

menti a sostegno delle politiche attive per il lavoro (ad esempio, attraverso forme di *self employment*).

Il primo intervento organico dello Stato italiano a favore delle *start-up* è stata la Legge n. 221/2012, più comunemente conosciuta come "Decreto Crescita 2.0". In quel frangente, il legislatore ha inteso caratterizzare il concetto di *start-up* in senso fortemente orientato all'innovazione tecnologica (si parla infatti di *start-up innovative*), facendo rientrare

in questa fattispecie le imprese:

- costituite da zero, oppure che non hanno più di cinque anni;
- che offrono un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico;
- che hanno un contenuto fortemente innovativo, inteso come: investimento rilevante in ricerca e sviluppo (almeno il 15% del maggiore valore tra costo e valore totale della produzione), forza lavoro costituita almeno per 1/3 da dottorandi o 2/3 dei soci o collaboratori con laurea magistrale, o ancora nel possesso di un prodotto brevettato.

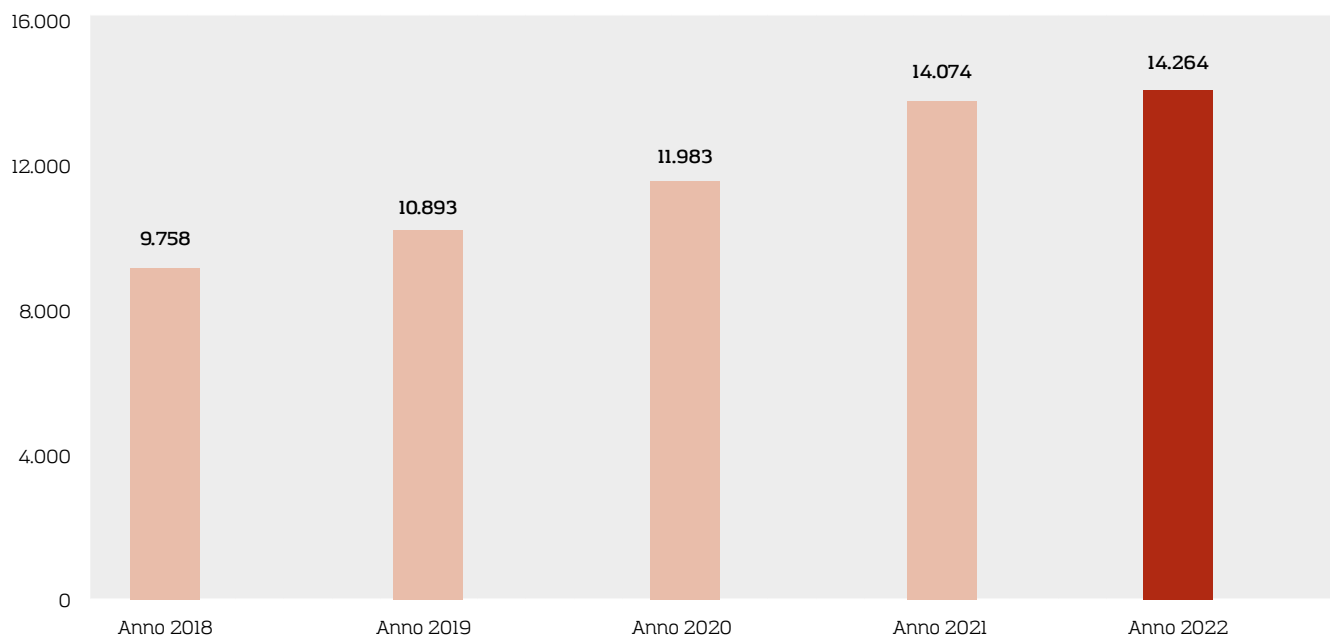
Alle attività che rispettano questi requisiti lo Stato italiano attribuisce, attraverso l'iscrizione nella specifica sezione del Registro delle imprese, lo *status* di "*start-up innovative*" e riserva a esse alcune importanti agevolazioni, quali l'esonero da alcune imposte e maggiore flessibilità nella gestione dei dipendenti. È necessario evidenziare che, mantenendo i requisiti richiesti, queste imprese possono godere dello *status*

DURANTE L'INTERO 2022, I NUMERI DELLE START-UP SI CONFERMANO IN COSTANTE CRESCITA



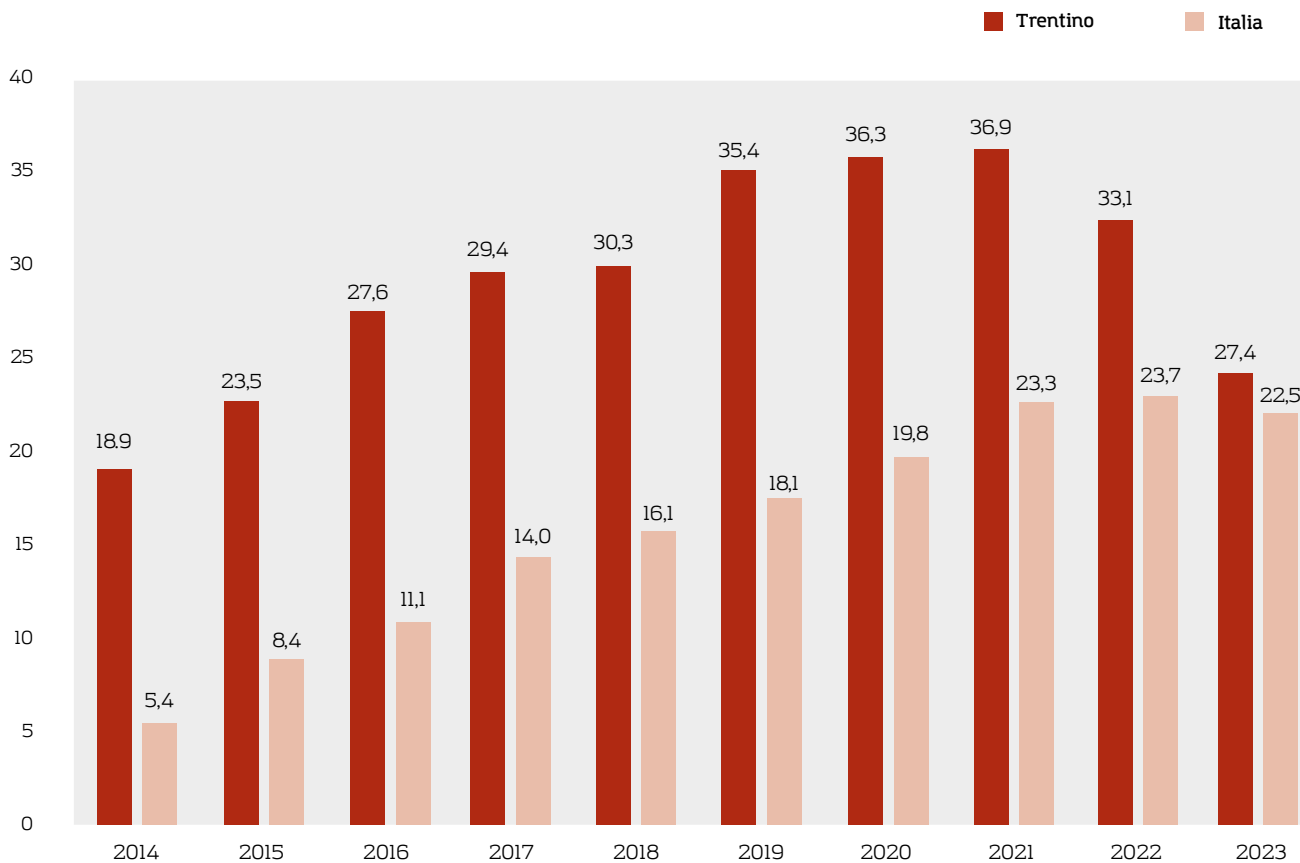


Figura 1 - Andamento del numero di *start-up* innovative nel corso del quinquennio 2018-2022



Fonte: elaborazioni su dati Infocamere

Figura 2 - Numero di *start-up* innovative ogni 10.000 imprese
Italia - Provincia di Trento



e dei benefici riconosciuti fino a un massimo di cinque anni, trascorsi i quali divengono a tutti gli effetti imprese ordinarie.

In realtà, la legislazione italiana, nel privilegiare il carattere "tecnologico" ha finito col trascurare un aspetto proprio del concetto di *start-up*, ossia l'attitudine all'innovazione a 360 gradi, in senso ampio: ad esempio, nel modello di *business* oppure nelle modalità di erogazione dei propri servizi. A distanza di 12 anni dal "Decreto crescita 2.0" quali sono i risultati?

Durante l'intero 2022, i numeri delle *start-up* si confermano in costante crescita. Infatti, al 31 dicembre 2022 le *start-up* innovative sono in Italia 14.264 (+1.4% rispetto all'anno 2021); le proiezioni nei primi nove mesi del 2023 mostrano però una probabile inversione di tendenza¹. Per quanto riguarda l'occupazione, nel corso del 2022 il numero di lavoratori occupati nelle *start-up* innovative ha superato le 23.800 unità, dato in aumento del 10,8% rispetto al 2021.

Con riferimento al valore della produzione, le *start-up* inno-

vative hanno realizzato complessivamente un valore pari a circa 2,06 miliardi di euro (bilanci 2021). Rispetto alla precedente misurazione, il valore medio della produzione è notevolmente aumentato, passando da circa 152.142 euro a 254.472 euro per ciascuna impresa.

Quello che ancora manca è probabilmente l'esistenza di un ecosistema in grado di facilitare e soprattutto far germogliare un numero sufficientemente grande di *start-up*. Negli anni scorsi, in Trentino, sono state registrate decine e decine di *start-up* nate soprattutto grazie al sostegno e alla spinta pubblica, ma ad oggi ben poche di queste sono riuscite a raggiungere rilevanti risultati in termini di fatturato e dimensione occupazionale.

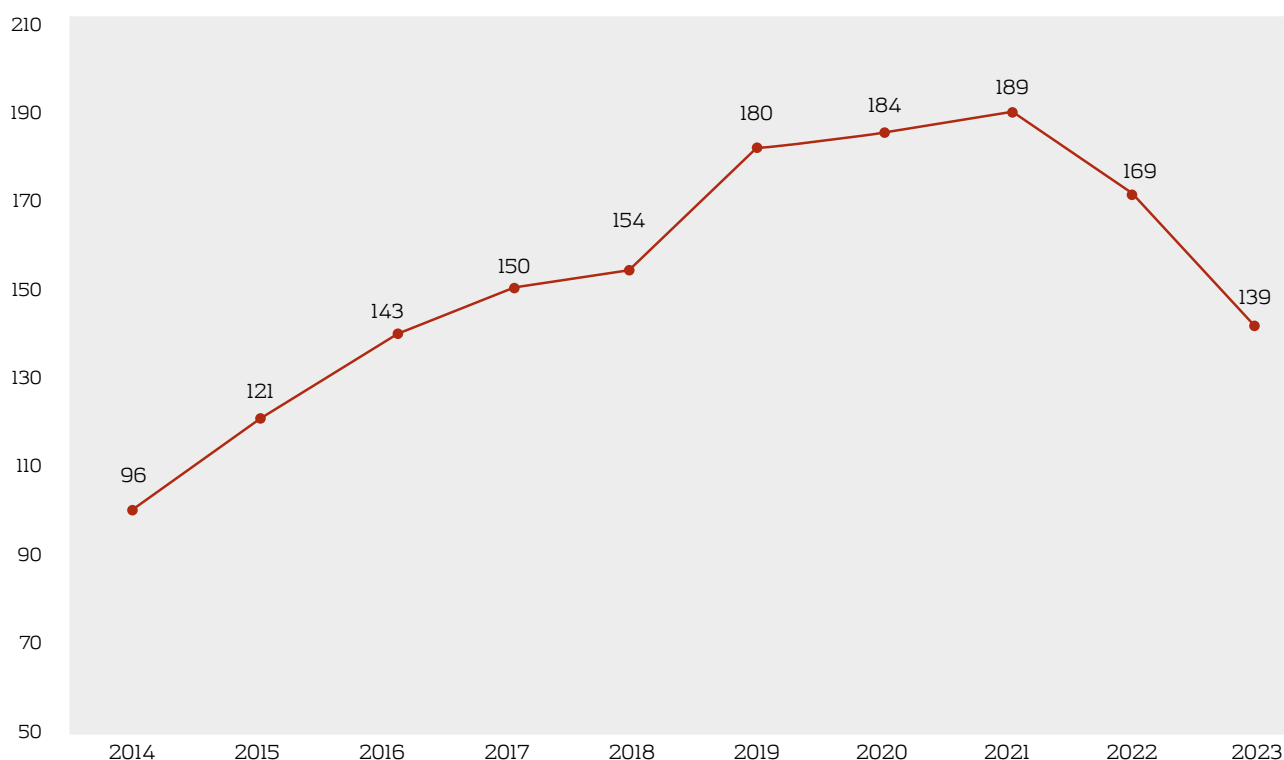
L'ecosistema cui facciamo riferimento è basato su vari ingredienti. Innanzitutto, è necessario un contesto antropologico caratterizzato da un forte spirito imprenditoriale, e forse questo ingrediente in Trentino non è molto presente. Secondo, è molto importante uno stimolo del mondo della ricerca ad avviare attività di impresa, che in Italia e a Trento sconta numerosi vincoli normativi. Necessaria è poi la presenza di un mercato dei capitali sufficientemente robusto. Il

LE START-UP SONO CARATTERIZZATE DA UN'ELEVATA MORIA INIZIALE, CHE SUPERA ABBONDANTEMENTE IL 50%

¹ Relazione annuale al Parlamento sullo stato di attuazione delle policy in favore delle *start-up* e PMI innovative - Edizione 2023.



Figura 3 - Numero di *start-up* innovative iscritte al Registro delle imprese della CCIATA di Trento



principale canale di finanziamento di queste aziende nella fase di avvio difficilmente può essere il capitale di debito, in quanto l'elevato rischio di *start-up* allontana per definizione le banche, a meno che non si crei un robusto sistema di garanzie. La strada maestra, e di fatto l'unica, è quindi il finanziamento nei mezzi propri. Al riguardo, molti imprenditori trentini partecipano al finanziamento di aziende innovative, anche se si tratta di un fenomeno non tracciato e che meriterebbe un approfondimento.

L'ultimo ingrediente fondamentale è la presenza di una massa critica sufficientemente robusta. È da questa massa critica, composta da ricercatori, imprese, *venture capitalist* che possono germogliare. E soprattutto è necessaria la presenza di una forte ricerca da parte delle imprese, che di fatto "delegano" alle *start-up* i progetti più innovativi e quindi più rischiosi. Qui l'Italia tutta, e il Trentino in particolare, scontano il grande limite della struttura imprenditoriale italiana, fatta da imprese piccole e piccolissime, che quindi non dispongono di leve sufficientemente solide per poter alimentare una ricerca privata che sia realmente complementare a quella pubblica.

Al momento, le analisi, come si vede nei grafici, evidenziano

un vantaggio competitivo importante della provincia di Trento rispetto al contesto nazionale, fino al 2021. Oggi il vantaggio si è quasi annullato e le prospettive richiedono un'attenta valutazione. Certo, il dato è forse influenzato dal forte sostegno pubblico avvenuto in passato, soprattutto nel settore informatico, ma il supporto da parte della Provincia e delle società di sistema è rimasto alto, tanto quanto l'attenzione

a questi temi, come evidenzia il contributo dell'assessore provinciale allo sviluppo economico, Achille Spinelli. Quello che spesso manca nel dibattito e nell'analisi, è uno studio del comportamento delle *start-up* nel medio termine, per quanto riguarda la crescita e lo sviluppo. Un'adeguata conoscenza del fenomeno e soprattutto delle sue criticità è infatti la premessa per una corretta gestione del settore, volta

UNO STUDIO DEL
COMPORTEMENTO DELLE
START-UP NEL MEDIO
TERMINE È LA PREMESSA
PER UNA CORRETTA
GESTIONE DEL SETTORE

a creare più solide prospettive di sviluppo. Partendo dai dati ricavati dalla Sezione speciale del Registro imprese della Camera di Commercio di Trento, l'articolo che segue prova a fornire qualche spunto in ordine alla capacità delle imprese "ex *start-up*" di confrontarsi col mercato e di essere produttrici di valore. Poiché il tema è di grande interesse, "Economia trentina" vi ritornerà anche in futuro, fornendo ulteriori analisi e approfondimenti. ■



UN DECENNIO DI “START-UP ACT”

CLARISSA BAGLIERI *Stagista presso l'Ufficio studi e ricerche della Camera di Commercio di Trento*

Dal profilo delle imprese alla crescita dei ricavi e dell'occupazione

Nel 2012 il Governo Monti introduce il Decreto-legge n. 179, noto come *Start-up Act*, con l'obiettivo di sostenere la nascita e lo sviluppo di *start-up* innovative ad alto valore tecnologico. Negli anni successivi tale normativa è stata integrata e ampliata con altre disposizioni legislative al fine di creare un ecosistema favorevole per le imprese emergenti e stimolare l'occupazione, soprattutto giovanile.

Lo *Start-up Act* è stato strutturato per favorire le *start-up* innovative attraverso una serie di misure che includono esen-

zioni fiscali, accesso semplificato a finanziamenti, agevolazioni per l'accesso ai mercati dei capitali e una burocrazia ridotta per la costituzione e gestione dell'impresa. Per essere qualificate come *start-up* innovative e godere delle molteplici agevolazioni di legge, le imprese devono rispettare i seguenti requisiti:

- essere una società di capitali, costituita anche in forma cooperativa;
- essere nuova o costituita da non più di cinque anni;
- avere sede legale in Italia, o in un altro Paese dello spazio



economico europeo, ma con sede produttiva o filiale in Italia;

- avere un fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro;
- non essere quotata in un mercato regolamentato o su una piattaforma multilaterale di negoziazione;
- non distribuire e non aver distribuito utili;
- avere come oggetto sociale esclusivo, o prevalente, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico;
- non essere il risultato di fusione, scissione o cessione di ramo d'azienda.

Inoltre, l'impresa deve rispettare almeno uno dei seguenti requisiti soggettivi:

- sostenere spese in R&S pari ad almeno il 15% del maggiore valore tra costo e valore totale della produzione;
- impiegare personale altamente qualificato (almeno un terzo del personale deve possedere la qualifica di dottore di ricerca, dottorando o ricercatore, oppure almeno due terzi devono essere in possesso della laurea magistrale);
- essere titolare, depositaria o licenziataria di almeno un brevetto o titolare di un *software* registrato.

A distanza di oltre dieci anni dalla sua introduzione, lo *Start-up Act* rappresenta un punto di riferimento per le politiche

di innovazione in Italia, nonché un modello osservato con interesse a livello internazionale. Tuttavia, in considerazione delle risorse pubbliche investite e degli obiettivi prefissati, risulta ora necessaria un'analisi volta a comprendere l'effettivo utilizzo di questa misura e i risultati raggiunti in termini di crescita e sviluppo del tessuto imprenditoriale.

Grazie all'alta densità di imprese beneficiarie dello *Start-up Act* rispetto al totale delle nuove società di capitali attive, la provincia di Trento è riconosciuta come una vera e propria

"Start-up Valley". L'alta concentrazione di *start-up* innovative è il risultato di una combinazione di fattori favorevoli. Il complesso di incentivi, infrastrutture tecnologiche, fondi europei e la presenza di istituzioni chiave come Trentino Sviluppo e l'Università di Trento hanno creato le condizioni ideali per favorire la crescita di nuove imprese ad alto contenuto tecnologico.

I programmi di incubazione, come il

Progetto Manifattura e l'Hub Innovazione Trentino, continuano a supportare queste imprese, confermando la centralità del Trentino nel panorama nazionale delle *start-up*.

L'obiettivo dell'analisi in questo articolo è aggiornare il dato sugli effetti delle misure introdotte nel 2012 utilizzando un campione più ampio e valutando sul versante dei risultati economici l'evoluzione dei ricavi e del dato sull'occupazione per le imprese in questione.

IN TRENTINO, TRA IL 2009 E IL 2024, NELLA SEZIONE SPECIALE DELLE *START-UP* INNOVATIVE SONO STATE ISCRITTE 456 IMPRESE



L'ecosistema delle *start-up* innovative in Trentino

Sono 456 le imprese che tra il 2009 e il 2024 sono state iscritte nella Sezione speciale delle *start-up* innovative in Trentino: 331 di queste *start-up*, pari al 72,6% del totale, sono tuttora attive mentre 125 *start-up*, corrispondenti al 27,4%, sono cessate. Tra le 125 *start-up* cancellate, il 29,9% ha avuto una vita media compresa tra 1 e 3 anni, il 39,2% tra 4 e 6, il 24,8% tra 7 e 9 anni e solo il 6,4% ha operato per un periodo compreso tra 9 e 12 anni.

Un'ulteriore analisi delle *start-up* iscritte alla Sezione speciale rivela un interessante profilo demografico in termini di età dei titolari al momento dell'iscrizione. Tra le 456 imprese analizzate, la fascia d'età predominante è quella compresa tra i 31 e i 50 anni, che rappresenta il 61,4% del totale. La fascia 51-60 anni costituisce il 14,9%, mentre quella oltre i 60 anni rappresenta solo il 5,9% del campione. La fascia 21-30 anni copre il 17,1% del totale complessivo, mentre la fascia più giovane (≤ 20 anni) ha registrato un numero estremamente ridotto di iscrizioni, con solo tre imprese.

Nel dettaglio, il 63,8% delle imprese attive oggi è guidato da titolari di età compresa tra i 31 e i 50 anni, suddivisi tra il 30,0% nella fascia 31-40 anni e il 33,8% nella fascia 41-50 anni. La fascia d'età 21-30 anni rappresenta il 13,8% del totale, mentre le fasce più mature, 51-60 anni e oltre 60 anni, coprono rispettivamente il 15,6% e il 6,9%. Infine, nessuna delle imprese i cui titolari al momento dell'iscrizione appartenevano alla fascia più giovane risulta attiva. Questo profilo suggerisce una predominanza di titolari in età adulta e una certa longevità imprenditoriale nelle fasce di età più avanzate, con una minore partecipazione di giovani imprenditori e

una presenza ridotta, ma stabile, di imprenditori più anziani. Dal momento dell'approvazione dello *Start-up Act*, l'attività delle *start-up* trentine si è concentrata principalmente su tre settori chiave, identificati come i più attrattivi e dinamici in termini percentuali: i settori C¹ (fabbricazione di prodotti industriali), M² (servizi professionali, scientifici e tecnici), e J³ (servizi di informazione e comunicazione). A questi tre settori appartiene il 93,9% delle imprese trentine che sino a oggi hanno goduto dello *status* di *start-up*.

Il Grafico 1 illustra il confronto tra il numero totale di nuove imprese e le nuove *start-up* innovative iscritte nei settori più attrattivi (C, J, M) dal 2012 al 2023. I dati a supporto del grafico dimostrano che, pur mantenendo una concentrazione relativamente costante di nuove imprese totali, la percentuale di *start-up* innovative sul totale delle nuove imprese regi-

- 1 Nel settore C si distinguono in particolare le imprese attive nella fabbricazione di computer e prodotti di elettronica (codice 26), nella fabbricazione di apparecchiature elettriche (codice 27), e nella fabbricazione di macchinari e apparecchiature (codice 28). Questi sottoseggetti rappresentano il cuore dell'innovazione industriale, con un forte focus tecnologico, che riflette la crescente domanda di prodotti avanzati nel mercato globale.
- 2 Il settore M include imprese operanti nelle attività degli studi di architettura e ingegneria (codice 71), nella ricerca scientifica e sviluppo (codice 72) e in altre attività professionali, scientifiche e tecniche (codice 74). Questi segmenti riflettono un'elevata specializzazione e un approccio knowledge-intensive, che ben si allinea con il contesto di innovazione e competitività internazionale.
- 3 Nel settore J, le attività più rappresentative sono quelle editoriali (codice 58), legate alla produzione di software e consulenza informatica (codice 62) e ai servizi d'informazione (codice 63). Questi ambiti rispondono alla domanda crescente di servizi digitali e IT, accelerata dall'espansione della digitalizzazione in tutti i settori economici.

Grafico 1 - Confronto nuove imprese iscritte e nuove *start-up* iscritte per anno dal 2012 al 2023

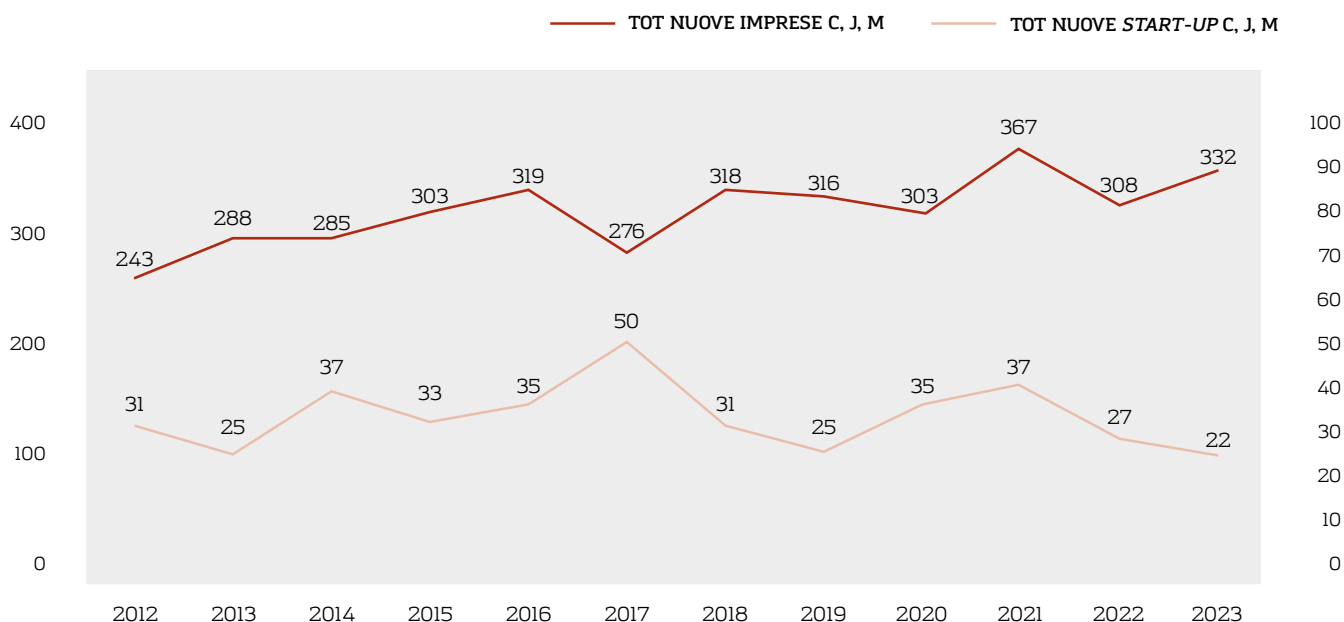
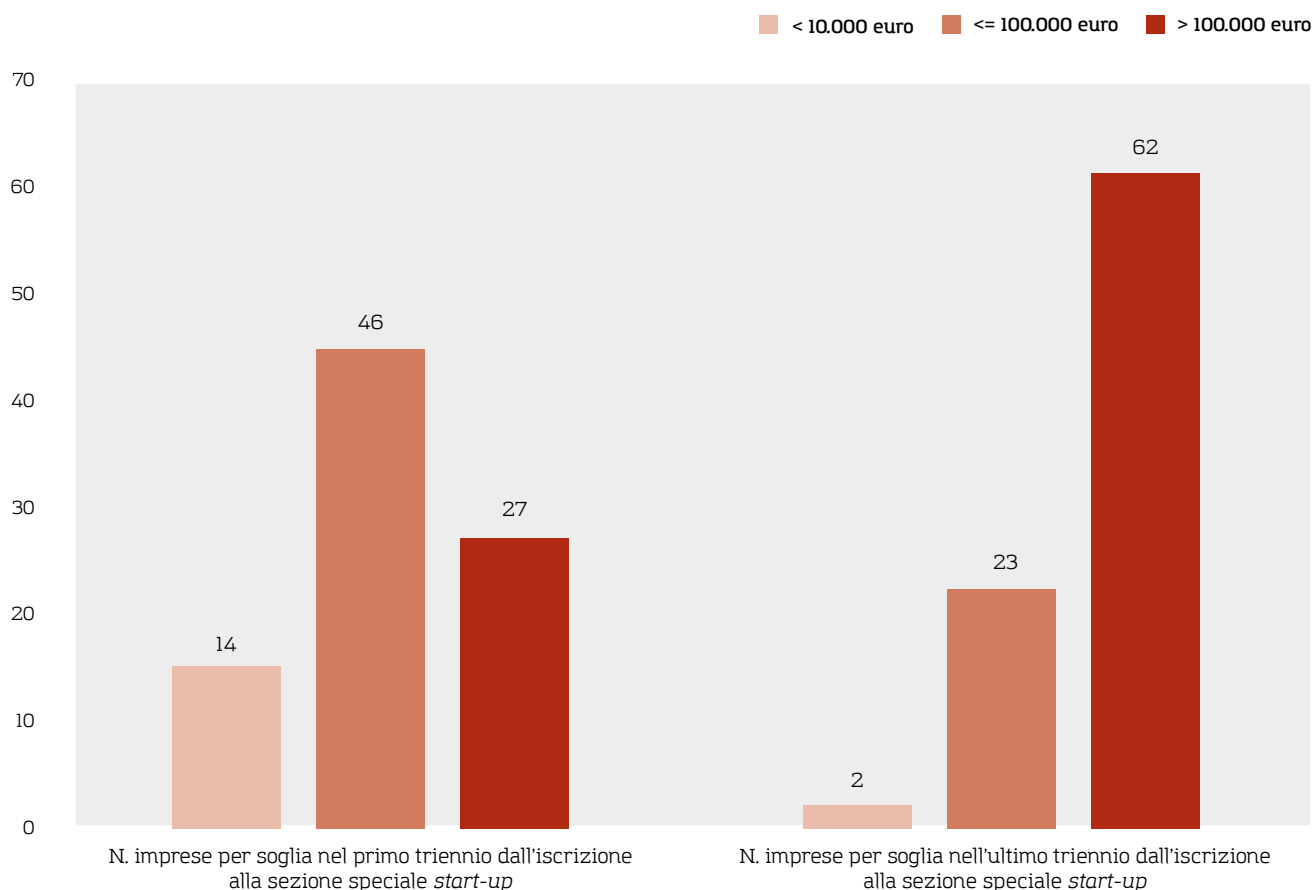


Figura 1 - Confronto numerosità imprese per soglie ricavi



strate nei settori C, J e M è diminuita nel tempo. Nel periodo 2012-2017, le *start-up* innovative rappresentavano una quota significativa delle nuove imprese, con un picco nel 2017 (19,5%), suggerendo la presenza di un grande interesse per l'innovazione in questi settori. Tuttavia, a partire dal 2018⁴, la quota di *start-up* innovative rispetto al totale delle nuove iscrizioni ha subito una progressiva contrazione. Nel 2023, le nuove *start-up* rappresentano ormai il 6,6% della nuova imprenditorialità locale, evidenziando un rallentamento nella creazione di iniziative innovative a fronte di un flusso consolidato e stabile di nuove imprese.

I risultati economici

Il confronto e l'analisi dei ricavi delle *start-up* nel breve e nel lungo periodo è fondamentale per comprendere e fornire indicazioni rilevanti non solo sulla capacità delle *start-up* di superare le sfide iniziali, ma anche sul loro potenziale di crescita e sviluppo nel tempo. A tal proposito, dal campione iniziale è stato selezionato un campione per il quale sono disponibili un congruo numero di bilanci di esercizio. Dunque,

sono state prese in considerazione le imprese sopravvissute al periodo di incubazione (sia esso completato o meno) i cui ricavi, negli otto anni successivi a quello d'iscrizione all'albo speciale per le imprese innovative, risultavano disponibili e diversi da zero. Inoltre, secondo la stessa logica, è stata condotta un'analisi circa l'evoluzione del dato sugli addetti in ottica comparativa tra il primo triennio di vita di tali imprese e i dati relativi al sesto, settimo e ottavo anno di vita.

La Figura 1 illustra il confronto tra il numero di imprese suddivise per fasce di ricavi medi nel primo triennio dall'iscrizione e nel sesto, settimo e ottavo anno di vita dell'impresa. Le soglie di ricavi considerate sono tre:

- ricavi inferiori a 10.000 euro (barre rosa);
- ricavi tra 10.000 e 100.000 euro (barre arancioni);
- ricavi superiori a 100.000 euro (barre rosse).

Nel primo triennio, la maggior parte delle *start-up* si distribuisce tra le prime due fasce:

- 14 *start-up* hanno ricavi inferiori a 10mila euro;
- 46 *start-up* rientrano nella fascia intermedia, con ricavi tra 10mila e 100mila euro;
- 27 *start-up* presentano ricavi superiori a 100mila euro.

Nel secondo periodo (sesto, settimo e ottavo anno considerati), si nota una significativa redistribuzione tra le fasce di

⁴ Nel 2018 solo il 9,7% delle nuove imprese per i settori considerati è una *start-up* innovativa.

ricavi: Il numero di imprese con ricavi inferiori a 10mila euro cala drasticamente, passando a 2 unità, le *start-up* con ricavi tra 10mila e 100mila euro scendono a 23, infine, il gruppo con ricavi superiori a 100mila euro aumenta considerevolmente, raggiungendo il numero di 62 imprese. Nel corso dell'analisi delle transizioni tra le diverse fasce di ricavi, emerge una chiara tendenza di mobilità: il 64,3% delle *start-up*, che inizialmente rientravano nella fascia A (ricavi più bassi), è transitato verso la fascia B, mentre un ulteriore 21,4% ha raggiunto la fascia C, indicativa di ricavi più elevati. Contestualmente, il 69,6% delle *start-up* nella fascia B ha compiuto un salto verso la fascia C, evidenziando una migrazione significativa verso livelli di ricavi più alti. Non si osservano flussi di ritorno dalle fasce superiori (B e C) verso quella inferiore (A), segnalando una transizione unidirezionale, in cui le imprese in questione tendono a migliorare o consolidare la propria posizione nel tempo. Questo fenomeno potrebbe riflettere una fase di maturazione per molte imprese, che dopo aver superato le sfide iniziali, riescono a stabilizzare

L'OCCUPAZIONE NELL'ECOSISTEMA DELLE START-UP INNOVATIVE IN TRENTINO È CRESCIUTA NOTEVOLMENTE

e incrementare i propri ricavi. La mancanza di passaggi da B ad A suggerisce inoltre che, una volta che le *start-up* superano una certa soglia di ricavi, è meno probabile che tornino a livelli di *performance* inferiori. È tuttavia importante considerare che i dati riguardano 87 *start-up* sopravvissute fino all'ottavo anno, su un campione potenziale di 138 *start-up* iscritte fino al 2015⁵.

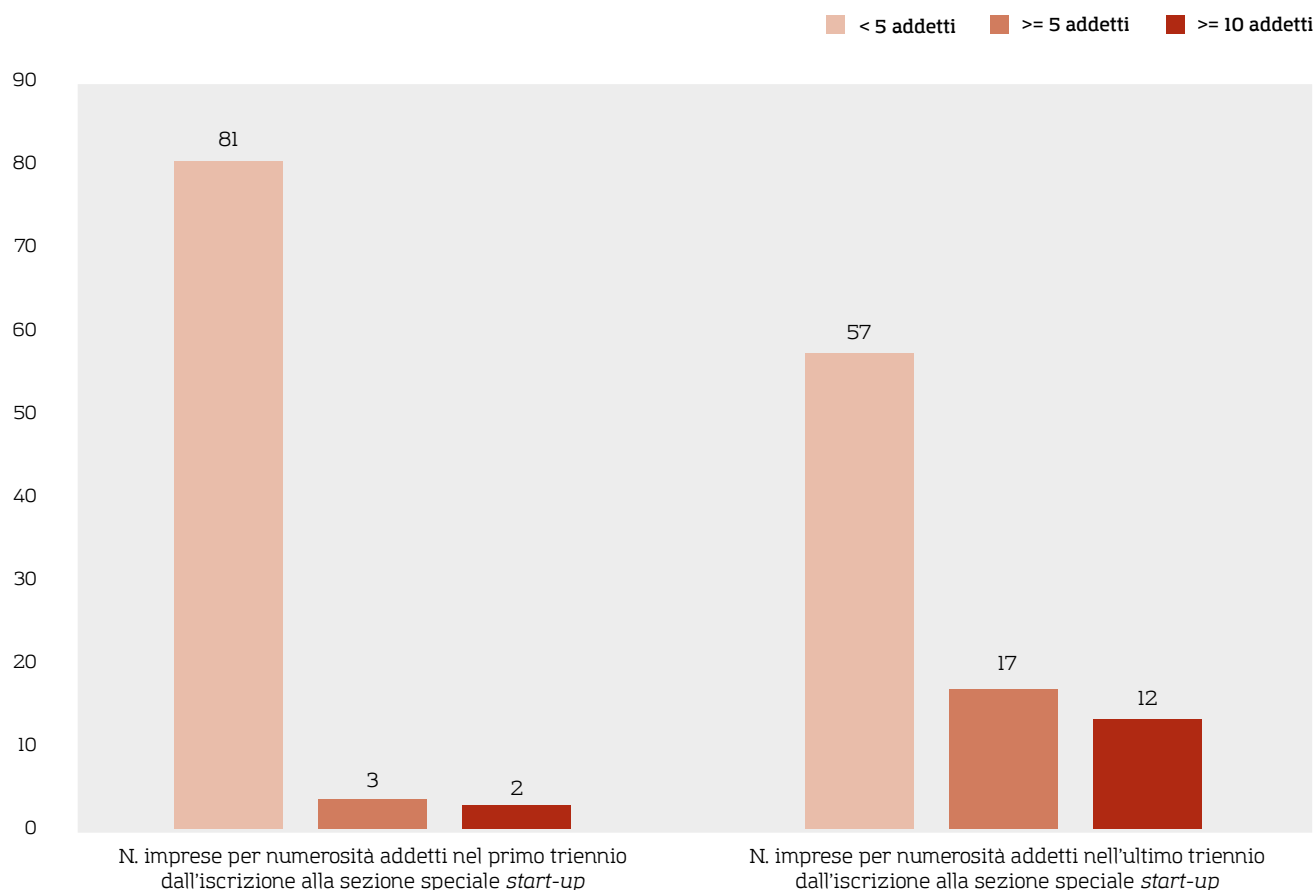
Un aspetto su cui riflettere è se questa crescita dei ricavi sia imputabile esclusivamente alle capacità gestionali e imprenditoriali delle singole *start-up* o se vi sia l'influenza di investimenti provenienti da gruppi esterni, fattore che potrebbe aver contribuito in maniera determinante alla crescita delle imprese più forti specie nella fase iniziale.

La Figura 2 presenta l'evoluzione delle

⁵ Per poter condurre un'analisi di lungo periodo è stato quindi selezionato un campione più ristretto a cui poi sono state ulteriormente sottratte le imprese risultate inattive e cancellate. In altre parole, i risultati devono essere letti contestualmente ai limiti di disponibilità temporale dei dati quindi pertinenti al campione più ristretto.



Figura 2 - Confronto numerosità imprese per soglie dimensionali



imprese suddivise per fasce di addetti, confrontando la media dei primi tre anni di vita con quella del sesto, settimo e ottavo anno.

Complessivamente la dimensione occupazionale dell'ecosistema delle *start-up* innovative nel Trentino è cresciuta notevolmente: nel primo triennio si registra un numero di addetti in media pari a 1,9, mentre nel secondo triennio preso in considerazione risultano occupati, sempre in media, 7 addetti per ogni impresa.

Nello specifico, le fasce considerate a fini analitici sono:

- meno di 5 addetti (barre rosa);
- più di 5 addetti e meno di 10 (barre arancioni);
- almeno 10 addetti (barre rosse).

Nel primo periodo, la maggior parte delle *start-up* presenta un numero ridotto di addetti:

- 81 *start-up* rientrano nella fascia con meno di 5 addetti;
- 3 *start-up* hanno tra 6 e 9 addetti;
- 2 *start-up* contano almeno 10 addetti.

Nel secondo periodo, si osserva una redistribuzione degli addetti: il numero di imprese con meno di 5 addetti scende a 57, suggerendo che molte imprese hanno incrementato il proprio organico; le *start-up* tra 6 e 9 addetti aumentano considerevolmente, passando da 3 a 17; anche il numero di *start-*

up con almeno 10 addetti cresce, raggiungendo le 12 unità.

Analizzando le transizioni tra le diverse fasce di addetti, si evidenzia una dinamica simile a quella osservata per i ricavi. Le categorie considerate (A: meno di 5 addetti, B: più di 5 e meno di 10 addetti, C: almeno 10 addetti) mostrano una significativa mobilità verso le fasce superiori. Nel dettaglio, il 21% delle *start-up* inizialmente nella fascia A (meno di 5 addetti) è passata alla fascia B, mentre il 12,3% ha raggiunto la fascia C (almeno 10 addetti). Questa evoluzione riflette una tendenza di crescita occupazionale, con molte imprese che aumentano il proprio personale nel corso degli anni.

Anche in questo caso, il passaggio dalla fascia B alla fascia C è assente, così come non vi sono movimenti nella fascia B, suggerendo che il processo di crescita tende a portare direttamente le imprese alla soglia superiore degli addetti, o a rimanere nella fascia A. Da notare, inoltre, che il 100% delle *start-up* inizialmente nella fascia C è rimasto stabile, confermando una certa solidità nella fascia di imprese con almeno 10 addetti. Interessante anche il movimento contrario: il 100% delle *start-up*, che si collocava nel primo triennio nella fascia B, è regredito alla fascia A. Questo potrebbe indicare difficoltà nell'incrementare e mantenere il numero di addetti al di sopra della soglia critica di 5 unità, una questione che



potrebbe essere influenzata da fattori come la disponibilità di personale qualificato o la necessità di risorse per sostenere il mantenimento e la crescita occupazionale.

Conclusioni

L'analisi del panorama delle *start-up* innovative in Trentino, a distanza di oltre dieci anni dall'introduzione dello *Start-up Act*, ha permesso di osservare alcune dinamiche interessanti.

Il dato sulla densità di *start-up* innovative, rispetto al totale delle nuove imprese in provincia di Trento, ha evidenziato una significativa partecipazione delle imprese locali all'iniziativa legislativa, pur mostrando una diminuzione delle nuove iscrizioni a partire dal 2018. Delle imprese che tra il 2009 e il 2024 sono state iscritte nella sezione speciale delle *start-up* innovative, a oggi risulta attivo il 72,6%.

Dal punto di vista demografico, la maggior parte delle *start-up* è guidata da titolari nella fascia d'età compresa tra i 31 e i

50 anni, seguita da una percentuale minore di imprese gestite da persone più giovani o più anziane. Anche se ciò risulta in linea con le tendenze demografiche nazionali, desta una certa preoccupazione il dato relativo alle fasce più giovani.

L'analisi dei ricavi e degli addetti mostra una tendenza generale alla crescita nel lungo periodo delle imprese che compongono il secondo campione più ristretto. Le imprese che

sono sopravvissute sino all'ottavo anno di vita hanno visto un miglioramento dei loro ricavi. Inoltre, l'analisi sulla transizione tra fasce evidenzia con una tendenza unidirezionale di spostamento dalle fasce più basse a quelle più alte.

Un *trend* simile è stato osservato anche in termini di occupazione, con un numero crescente di imprese che è passato a impiegare un numero maggiore di addetti nel corso degli anni. Tuttavia, si nota anche

che non tutte le *start-up* riescono a mantenere una crescita costante, con alcune difficoltà nel sostenere il livello occupazionale oltre la soglia critica di cinque unità. ■

LA MAGGIOR PARTE DELLE START-UP È GUIDATA DA TITOLARI NELLA FASCIA D'ETÀ COMPRESA TRA I 31 E I 50 ANNI





ACCANTO ALLE IMPRESE NELLE SFIDE DI DOMANI

ACHILLE SPINELLI Assessore allo sviluppo economico, lavoro, università, ricerca della Provincia autonoma di Trento

L'Ente pubblico a sostegno delle iniziative a forte contenuto innovativo

Essere o diventare imprenditore, ancor più se si è giovani o se si è donna, è una scelta di vita che condiziona non solo la sfera professionale, ma anche quella familiare. Una scelta che assorbe energie e richiede attenzione, cura, formazione continua, capacità manageriali ma anche numerose *soft skill*, necessarie per go-

vernare le diverse anime insite nella dimensione d'impresa e nella vita aziendale, sia al suo interno sia nel rapporto con il mercato e con gli altri attori del tessuto economico e finanziario.

In questo scenario è chiaro come oggi le buone idee da sole, anche quelle innovative, non sempre sono sufficienti. Oggi



all'imprenditore sono richieste capacità comunicative, di *marketing*, di analisi e pianificazione, di strutturare un modello di crescita della propria attività, prevedendo anche i possibili scenari causati da diverse variabili.

Insomma, possedere una vera cultura aziendale. Perché se è vero che il piccolo neo-imprenditore può beneficiare di sgravi e di regimi agevolati, non si può costruire una duratura e proficua vita d'impresa agendo solo su queste leve.

Le nuove imprese necessitano di svilupparsi a sufficienza per generare valore aggiunto, essere in grado di attirare talenti, investire in tecnologie che permettano uno sviluppo di medio-lungo periodo. In tal senso anche le stesse dinamiche finanziarie a supporto della nascita e crescita delle attività sono profondamente cambiate rispetto al passato: l'imprenditore deve saper lavorare su strumenti finanziari evoluti, pianificare e gestire attentamente i propri flussi finanziari.

L'avanzata del commercio internazionale e dell'*e-commerce* sono dei punti critici con i quali occorre confrontarsi tutti i giorni e per fronteggiare i quali occorre investire in competenze, soluzioni innovative, formazione continua.

In questo scenario, in cui anche i criteri di definizione e attribuzione del valore stanno cambiando, la sostenibilità e l'attenzione all'ambiente possono rappresentare nuove leve di crescita e sviluppo per le nostre imprese. In questo, come comunità autonoma e territorio da sempre attento all'ambiente

e alla tutela del nostro ecosistema, il Trentino può essere un importante apripista e cogliere un vantaggio competitivo nel medio periodo.

Oggi garantiamo a chi opera sul nostro territorio la presenza di un ecosistema di ricerca, innovazione e anche scolastico di qualità, riconosciuto dalla comunità internazionale. Sfruttando il *brand* territoriale, ciascuna impresa che porta avanti i valori della sostenibilità ambientale e sociale può affermare di essere "un pezzo di Trentino".

IMPRENDISOCIALE È UNA START-UP VALLEY DEDICATA AI PROGETTI IMPRENDITORIALI DEL TERZO SETTORE

Sul fronte del trasferimento tecnologico preziosa è l'attività di HIT-Hub Innovazione Trentino; negli anni sono nati i Poli di incubazione di Meccatronica e Manifattura, oggi stiamo lavorando su quelli di Scienze della vita, idrogeno ed energie rinnovabili, ICT. Spazi fisici e infrastrutture di ricerca e innovazione pubbliche sono stati messi a disposizione anche delle PMI. Sono stati strutturati dei percorsi pubblici e gratuiti, quali la Trentino Startup Valley, programma di accompagnamento d'eccellenza per le nuove imprese, un modello che offre *coaching* personalizzato, supporto economico, spazi di lavoro, *network* dedicati e accesso a consulenti specialistici, investitori e *business angel*.

Da oltre un anno è stato istituito Imprendisociale, una *Start-up Valley* dedicata ai progetti imprenditoriali del terzo settore. In Trentino stiamo agevolando la nascita di nuove imprese non solo con l'offerta di servizi a supporto da parte di Tren-

tino Sviluppo, ma anche erogando incentivi volti all'avvio e all'attrazione sul territorio di *start-up* innovative. Di recente il bando "Seed Money" per imprese innovative, volto al finanziamento della fase di avviamento imprenditoriale per un importo fino a 300mila euro, ha visto 85 progetti imprenditoriali dichiarati ammissibili a finanziamento, 31 di questi effettivamente finanziati con un *budget* di 8 milioni di euro e gli altri dirottati su altre forme di aiuto come quelle agli investimenti, alla ricerca e sviluppo. Stiamo incentivando anche le assunzioni di *manager* per l'innovazione negli ambiti della *smart specialization* e l'internazionalizzazione, così come l'introduzione di ricercatori nelle aziende da reclutare attraverso gli enti pubblici di ricerca. Con il supporto di Euregio+, infine, si sta strutturando un fondo *venture* a supporto della fase di *scale-up* delle imprese innovative.

Non vengono trascurate neppure le imprese meno innovative, un recente bando ha concesso un finanziamento fino al 60% per gli investimenti connessi all'avvio di impresa da parte di donne e giovani fino ai 35 anni. Sono state presentate oltre 100 domande, ora in fase di valutazione.

Gli strumenti, di varia natura e per numerosi ambiti di attività, quindi, non mancano. Altri ne arriveranno.

Tuttavia, a fronte di questa importante offerta, le statistiche evidenziano una minore propensione ad avviare nuove im-

prese, anche innovative. Si tratta di un dato interpretabile: da un lato, vi è una maggiore consapevolezza e, quindi, anche grazie ai percorsi di accompagnamento, i potenziali imprenditori avviano una nuova attività solo quando vi sono i fondamentali per la sua sopravvivenza e crescita; dall'altro, vi è una maggiore occupazione sul mercato del lavoro che disincentiva quelle forme di imprenditoria mono-committenza, proprie dei periodi di crisi e alta disoccupazione. La qualità

di chi avvia impresa oggi è maggiore, vi è una più alta consapevolezza, che attivare una partita Iva, significa rischiare il proprio per creare ricchezza per il territorio e per altri lavoratori, oltre che per sé.

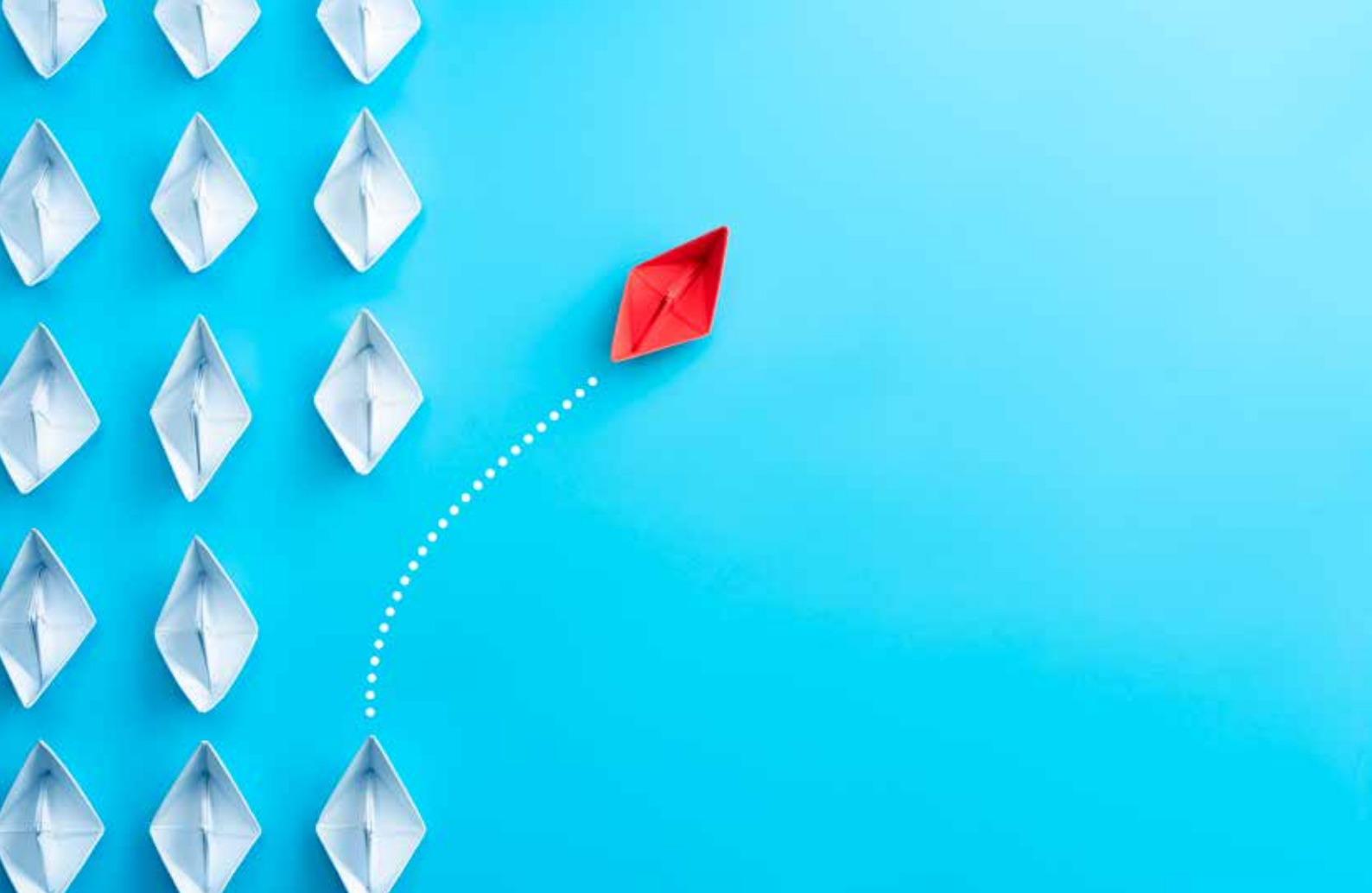
Anche questa maturata consapevolezza credo possa rientrare in quella cultura aziendale e imprenditoriale che, anche con gli strumenti e i percorsi, che come sistema provinciale offri-

mo, intendiamo favorire.

L'obiettivo, che come Provincia ci poniamo, è quello di far nascere e avere nuove aziende dal modello imprenditoriale sostenibile, che possano quindi nel tempo crescere e contribuire alla crescita del prodotto interno lordo, che sappiano interagire con il sistema pubblico della ricerca e sviluppo, siano capaci di portare avanti anche la ricerca finanziata dal privato, di assumere giovani e trattenere in Trentino i talenti che la nostra Università contribuisce a formare. ■

L'OBIETTIVO È QUELLO DI FAR NASCERE E AVERE NUOVE AZIENDE DAL MODELLO IMPRENDITORIALE SOSTENIBILE





“OLTRE IL TRACCIATO COMUNE”

MASSIMILIANO CLAMER Scienziato biomolecolare, presidente e fondatore di Immagina Biotechnology

La storia di “Immagina”, per creare valore partendo dalle idee

A 35 anni, dicono, le probabilità di avere idee rivoluzionarie che possano cambiare il mondo diminuiscono drasticamente. E a 41? Si è già fuori mercato, a meno che l'intelligenza artificiale non prolunghi il ciclo creativo. Eppure, ci sono due cose che continuano a farmi alzare dal letto con il sorriso: la libertà di creare valore attraverso la passione per il mio lavoro e la mia famiglia.

Nel mio percorso universitario ho sempre cercato di andare

oltre il tracciato comune, cercando opportunità di crescita interdisciplinare. Il settore delle scienze della vita, con la sua complessità e il suo potenziale impatto sulla salute umana, è un terreno estremamente competitivo e trasversale. Dopo una formazione in chimica farmaceutica, ho deciso di esplorare il mondo delle biotecnologie, intraprendendo un dottorato a Trento nel 2009 e immergendomi nello studio dell'RNA. Appena iniziato il dottorato, mi sono reso conto che la pura accademia non era ciò che cercavo. La mia passione era cre-

are valore a partire dalle idee con un impatto immediato sulla società. Grazie alla borsa "Claudio Dematté", ho avuto la straordinaria opportunità di lavorare in un laboratorio all'avanguardia a Oxford, nel Regno Unito, approfondendo l'analisi dell'RNA, e, al contempo, frequentare corsi di *business* alla Saïd *Business School*. Un'esperienza che ha plasmato il mio percorso, facendomi vedere la scienza non solo come conoscenza, ma come strumento per cambiare la realtà.

Ecco cosa mi ispira ogni giorno: l'idea di poter fare la differenza, di trasformare idee in soluzioni, e di farlo con passione. Finito il dottorato ho colto l'opportunità di validare un'idea imprenditoriale in Italia, vincendo un bando "D2T" di Trentino Sviluppo. Per creare un'azienda nel mio settore ci vuole visione innovativa a lungo termine (4-8 anni), capitali consistenti, flessibilità ai cambiamenti, propensione al rischio e un *team* forte. Se possibile, anche un'ampia rete di contatti e conoscenze trasversali in settori tecnologia-specifici, ma anche istituzionali, in *marketing* e finanza. Inizialmente avevo molto poco di tutto ciò, solo passione e l'impegno totale nel progetto.

Nel 2014 ho fondato "Immagina", trasformando un'idea nata durante i miei studi, facendo leva su fondi (limitati) personali e sul sistema di ricerca locale (CNR, Università e FBK) che mi ha prestato una "casa". Nei primi sei mesi, ho ospitato un caro amico di Oxford, un chimico organico, che ho convinto a trascorrere del tempo a casa mia per aiutarmi nelle prime

fasi del progetto in cambio di vitto e alloggio. Io non avevo le competenze di sintesi chimica, lui sì.

Nel 2025 stavo finendo tutti i miei soldi e non avevo altra scelta che chiudere. Quindi, mi sono giocato l'ultima carta: mi sono recato in banca a chiedere un prestito, ovviamente non concesso, visto che il progetto non era compatibile con gli *standard* bancari (perdite per 3-4 anni senza garanzie). Però, nella porta accanto ho conosciuto un altro cliente, un certo Mauro Cogoli, che è stato il primo *business angel* a credere nell'idea e tutt'oggi membro del CdA assieme a Kurt Kofler e Harald Oberrauch.

Col tempo, l'azienda ha preso forma, abbiamo assunto dei compagni di viaggio e la tecnologia è maturata. Oggi Immagina offre una piattaforma innovativa per studiare le piccole stampanti molecolari che trasformano l'informazione (RNA) in azione (proteine). Ogni cellula umana contiene oltre

10 milioni di ribosomi e si stima che circa il 10% delle malattie sia causato dal loro malfunzionamento. Immagina offre a clienti universitari, aziende *biotech* e farmaceutiche, dal Giappone alla California, soluzioni tecnologiche uniche al mondo. La nostra tecnologia apre la strada a nuovi e migliori approcci terapeutici, dalle proteine ricombinanti agli anticorpi, fino ai farmaci a base di RNA, come i vaccini contro il Covid-19. Stiamo anche sviluppando una terapia unica al mondo per affrontare malattie legate a difetti del ribosoma.

10 milioni di ribosomi e si stima che circa il 10% delle malattie sia causato dal loro malfunzionamento.

Immagina offre a clienti universitari, aziende *biotech* e farmaceutiche, dal Giappone alla California, soluzioni tecnologiche uniche al mondo. La nostra tecnologia apre la strada a nuovi e migliori approcci terapeutici, dalle proteine ricombinanti agli anticorpi, fino ai farmaci a base di RNA, come i vaccini contro il Covid-19. Stiamo anche sviluppando una terapia unica al mondo per affrontare malattie legate a difetti del ribosoma.

IMMAGINA OFFRE SOLUZIONI TECNOLOGICHE UNICHE AL MONDO A CLIENTI UNIVERSITARI, AZIENDE BIOTECH E FARMACEUTICHE

Da sinistra, Massimiliano Clamer e il team di Immagina Biotechnology





Lavoro nel laboratorio di Immagina



Filamento di RNA

Nessun *investiture* istituzionale coinvolto a oggi. Immagina è cresciuta come una piccola *start-up* americana, partendo dal basso, da fondi personali, investitori privati locali e attirando successivamente capitali maggiori con i *Tyrolean Business Angels* (TBA). Con il loro aiuto, abbiamo sviluppato due prototipi. Nel 2016, si sono uniti altri investitori¹ da Alto Adige, Nord Tirolo e Svizzera, tra cui Hermann Hauser, investitore di fama mondiale. Questo ha segnato una cooperazione transfrontaliera di successo. Facevamo assemblee soci con persone da mezza Europa che chiedevano dati di tutti i tipi: dal bilancio a risultati in laboratorio. È stata un'esperienza formativa unica e gratificante. Non credo che nessun *master* possa eguagliare questo tipo di formazione.

Invece di optare per un'*exit* tradizionale, Immagina ha scelto un percorso diverso. Rifiutata un'acquisizione americana (che avrebbe disperso il valore creato sul territorio), abbiamo accolto la proposta di Harald Oberrauch (tramite Technicon SpA) di acquistare la maggioranza della società. *Exit* parziale e nuova iniezione di capitali per un progetto decennale. Ora, con due soci, dieci brevetti,

quattro tecnologie e oltre mille clienti globali, vendiamo i nostri prodotti da San Diego a Shanghai e stiamo espandendo la nostra tecnologia, focalizzandoci su cancro e malattie autoimmunitarie e neurodegenerative. L'azienda soddisfa le necessità dei clienti con prodotti di laboratorio per analisi specifiche, servizi di analisi bioinformatiche complesse e

attività di ricerca collaborativa, il tutto in una nuova struttura di 1.500 metri quadrati a Pergine Valsugana, ora complementare all'*Hub life science* di Trentino Sviluppo.

La nostra sfida attuale è trovare personale qualificato per sostenere la crescita, sia operativa che di ricerca, per continuare a innovare senza confini, in linea con i nostri valori: "*...innovating without boundaries, creating a diverse and inclusive community,*

and leading with mutual respect, rejecting all forms of discrimination"². Sono entusiasta dei progressi e del futuro di Immagina. Grazie a tutte le persone che hanno lavorato con me e permesso questo. Per fortuna, da molti anni è diventato tutto un lavoro di squadra. Ora puntiamo a portare l'azienda in borsa entro dieci anni. ■

SONO ENTUSIASTA DEI
PROGRESSI E DEL FUTURO
DI IMMAGINA, CHE
PUNTIAMO A QUOTARE IN
BORSA ENTRO DIECI ANNI

¹ Investitori chiave: Mauro Cogoli, Giovanni Zobe (Mafu), Stefano e Matteo Rossi (Stemafin), Maurizio Liverani, Hannes Pircher (Stocker & Kuntner), Hermann Hauser (HHI-Hermann Hauser Investment), Max Lüthi (Coelum).

² "...innovare senza confini, creare una comunità diversificata e inclusiva e guidare nel rispetto reciproco, rifiutando ogni forma di discriminazione".



L'IMPRESA RESPONSABILE

JACOPO TOMASI *Giornalista*

La nuova frontiera delle società *benefit*

Le società *benefit* rappresentano una risposta innovativa alle sfide del nostro tempo, offrendo un modello di impresa che coniuga profitto e responsabilità sociale. La loro diffusione è il segnale di un cambiamento profondo nel modo in cui le aziende si relazionano con la società e con l'ambiente, dimostrando che è possibile fare impresa in modo sostenibile e, allo stesso tempo, redditizio. In un mondo in cui i consumatori e gli investitori sono sempre più attenti all'impatto sociale e ambientale delle

aziende, le società *benefit* si posizionano come un esempio all'avanguardia.

Negli ultimi anni, il mondo imprenditoriale ha assistito a un'evoluzione significativa nel modo in cui le aziende concepiscono il proprio ruolo nella società. In un contesto globale sempre più orientato verso la sostenibilità e la responsabilità sociale, è emerso un nuovo modello di impresa: la società *benefit*. Questo tipo di organizzazione sta guadagnando terreno in tutto il mondo, spingendo le aziende a riconsiderare il

loro impatto non solo economico, ma anche sociale e ambientale. Ma cosa sono esattamente le società *benefit*? E perché stanno diventando sempre più popolari?

Che cos'è una società *benefit*?

Le società *benefit* rappresentano una nuova forma giuridica di impresa che, oltre agli obiettivi tradizionali di profitto, si impegna formalmente a perseguire uno o più obiettivi di beneficio comune. In altre parole, queste aziende non si limitano a generare valore economico per i loro azionisti, ma si prefiggono anche di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Questo tipo di società si distingue per il fatto di incorporare nel proprio statuto l'obbligo di bilanciare l'interesse dei soci con l'interesse di altri *stakeholder*, come dipendenti, comunità locali, clienti e fornitori.

Le origini delle società *benefit*

Il concetto di società *benefit* è nato negli Stati Uniti nel 2010, con l'approvazione del "*Benefit Corporation Act*" nello stato del Maryland. Questo nuovo tipo di società è stato introdotto per rispondere alla crescente domanda di imprese che potessero integrare missioni sociali e ambientali nel loro modello di *business*, senza dover sacrificare il profitto. Da allora,

il modello si è diffuso rapidamente in diversi stati degli Usa e, successivamente, in altri Paesi, tra cui l'Italia, che è stata la prima nazione in Europa a introdurre una legislazione specifica per le società *benefit* nel 2016.

Perché le società *benefit* stanno crescendo?

L'aumento delle società *benefit* è in parte dovuto alla crescente consapevolezza dei consumatori riguardo le questioni sociali e ambientali. I consumatori oggi sono sempre più interessati a sostenere aziende che dimostrano un impegno concreto verso il bene comune. Inoltre, gli investitori stanno riconoscendo il valore di sostenere imprese che non solo cercano il profitto, ma che sono anche in grado di generare impatti positivi sulla società e sull'ambiente, riducendo i rischi associati a modelli di *business* non sostenibili.

Un altro fattore chiave è rappresentato dai dipendenti, in particolare dalle nuove generazioni, che tendono a preferire lavorare per aziende che condividono i loro valori e che dimostrano un impegno reale verso la sostenibilità e la responsabilità sociale. Le società *benefit* attraggono talenti che desiderano fare la differenza, creando così un ambiente lavorativo più motivante e coinvolgente.

LE SOCIETÀ *BENEFIT* ATTRAGGONO TALENTI CHE DESIDERANO FARE LA DIFFERENZA





I vantaggi per le aziende

Adottare la forma giuridica di società *benefit* può offrire diversi vantaggi alle imprese. Innanzitutto, permette di differenziarsi in un mercato sempre più competitivo, dove i consumatori premiano le aziende che dimostrano trasparenza e integrità. Le società *benefit* possono inoltre beneficiare di una maggiore fiducia da parte degli *stakeholder*, inclusi investitori, clienti e *partner* commerciali, grazie al loro impegno formalizzato verso obiettivi di lungo termine.

Dal punto di vista gestionale, l'integrazione di obiettivi di beneficio comune può portare a una maggiore coesione interna, poiché tutti i membri dell'organizzazione condividono un impegno comune.

Qualche (possibile) criticità

Non è comunque tutto oro quello che luccica. Ci sono anche delle criticità che è corretto esplicitare. Sebbene le società *benefit* siano tenute a perseguire obiettivi di beneficio comune, non sempre è chiaro come questi debbano essere misurati e verificati. L'assenza di *standard* univoci può portare a interpretazioni diverse e a una potenziale mancanza di rigore nella valutazione degli impatti sociali e ambientali. Molte società potrebbero dichiarare obiettivi ambiziosi senza adottare misure concrete o verificabili per raggiungerli, creando un rischio di "*greenwashing*" o "*social washing*".

Inoltre, le normative sulle società *benefit* variano da Paese a Paese, e in alcuni casi, queste aziende potrebbero scontrarsi con leggi che non riconoscono o incentivano adeguatamente il loro *status*. Senza dimenticare che queste società devono redigere annualmente una relazione d'impatto che dimostri il raggiungimento degli obiettivi di beneficio comune. Questo richiede tempo, risorse e consulenze specialistiche, aspetti che possono rappresentare un onere significativo soprattutto per le piccole imprese.

NEL 2024, IN ITALIA,
SI CONTANO OLTRE
2MILA SOCIETÀ *BENEFIT*
REGISTRATE E IL NUMERO È
IN COSTANTE CRESCITA

Come diventare una società *benefit*

Presi in considerazioni pregi e difetti, ecco l'*iter* da seguire per trasformarsi in società *benefit*. Per farlo, un'azienda deve modificare il proprio statuto, inserendo esplicitamente tra i propri obiettivi il perseguimento di uno o più scopi di beneficio comune. Questo processo richiede l'approvazione dell'assemblea dei soci e, una volta completato, l'azienda

deve operare in modo da bilanciare gli interessi dei vari *stakeholder*. Inoltre, le società *benefit* sono tenute a redigere annualmente - come abbiamo già visto - una relazione di impatto, in cui vengono valutati e documentati i risultati ottenuti rispetto agli obiettivi di beneficio comune. Questa relazione deve essere pubblicata e resa disponibile agli *stakeholder*, garantendo così la trasparenza e la rendicontazione delle attività svolte.

Qual è il trend in Italia e in Trentino?

Nel 2024, in Italia, si contano oltre 2mila società *benefit* registrate. Questo numero è in costante crescita, riflettendo l'interesse sempre maggiore delle imprese italiane verso un modello di *business* sostenibile e responsabile. L'Italia è uno dei Paesi europei con il maggior numero di società *benefit*, dimostrando un'ampia adozione di questo modello da parte delle imprese, soprattutto piccole e medie, che vedono in questo approccio un modo per distinguersi nel mercato e per attrarre clienti e investitori sensibili ai temi della sostenibilità.

E in Trentino? Nella nostra provincia la diffusione delle società *benefit* è in linea con la tendenza nazionale. Attualmente si contano circa una ventina di realtà, che hanno adottato questa forma aziendale. Un dato positivo per un'area che storicamente è attenta ai temi della sostenibilità e della responsabilità sociale. Le società *benefit* in Trentino operano in vari settori, con una particolare concentrazione nelle aree legate all'innovazione, all'agricoltura sostenibile e al turismo responsabile, riflettendo le peculiarità economiche e culturali del territorio.

Due esperienze concrete

Una realtà che ha intrapreso questo percorso è l'**Azienda**

per il turismo Dolomiti Paganella con sede ad Andalo. Luca D'Angelo, direttore dell'Apt, spiega così la scelta di diventare società *benefit*. "Siamo diventati una società *benefit* nel 2021, e siamo attualmente l'unica azienda turistica in Italia ad aver intrapreso questo percorso, con pochissimi altri esempi anche in Europa. Questa trasformazione non è avvenuta per caso, ma è il risultato di un cammino iniziato nel 2019 con il

"Paganella Future Lab": un laboratorio dedicato al futuro della nostra destinazione turistica. L'obiettivo era costruire insieme il tipo di destinazione che la Paganella voleva diventare.

Nel corso di questo percorso, ci siamo concentrati su temi fondamentali come l'equilibrio del turismo, il valore delle persone, la salvaguardia dell'ambiente e la qualità dell'esperienza turistica. Abbiamo presto capito che questi valori erano già parte integrante della

nostra azienda e, a loro volta, erano stati trasmessi anche alla comunità. Così, è stato naturale compiere questo ulteriore passo e modificare il nostro Statuto per diventare una società *benefit*.

Per noi è stata una transizione naturale e coerente con il nostro modo di essere: eravamo pronti per farlo, e nessuno ce lo ha imposto. Abbiamo voluto dare una testimonianza concreta del nostro impegno verso la comunità e, a distanza di

LE SOCIETÀ BENEFIT IN TRENTINO SONO MOLTO ATTIVE NELLE AREE LEGATE ALL'INNOVAZIONE, ALL'AGRICOLTURA SOSTENIBILE E AL TURISMO RESPONSABILE

L'infopoint dell'Apt Dolomiti Paganella ad Andalo





L'assemblea Habitech nel 2024

tre-quattro anni, l'obiettivo rimane lo stesso: continuare a generare impatti positivi, sia per le persone che per il territorio che ci circonda”.

Un'altra realtà trentina che ha intrapreso questa strada è **Habitech**, Distretto tecnologico trentino per l'energia e l'ambiente con sede all'ex-Manifattura di Rovereto, una società che ha l'obiettivo di realizzare in Trentino reti di impresa e filiere produttive specializzate nei settori dell'edilizia sostenibile, dell'efficienza energetica e delle tecnologie intelligenti per la gestione del territorio. Martina Dell'Antonio, vicedirettrice generale, spiega così la scelta, che è stata anche conseguenza dell'ottenimento - nel 2014 - della certificazione B-Corp. “Habitech è società *benefit* dal 2020, una scelta che conferma i valori fondanti della società che, con l'inserimento formale nell'oggetto sociale dello Statuto degli obiettivi di beneficio comune, integra gli impatti positivi sulla società e sull'ambiente. Habitech conferma in questo modo la volontà di rafforzare la visione di valore condiviso da trasmettere alla propria compagine sociale, a tutti gli *stakeholder* e al territorio.

Ci siamo dati tre obiettivi specifici di beneficio comune, concreti e raggiungibili, per i quali abbiamo individuato 4-5 indicatori di *performance* (KPI) per ciascuno, che aggiorniamo costantemente con il passare del tempo”. I tre obiettivi di beneficio comune che Habitech si è data sono i seguenti:

- promuovere il dialogo e la coprogettazione con i soci e gli *stakeholder*, per amplificare l'impatto positivo del loro operato, diffondendo la cultura della sostenibilità, la promozione e diffusione di modelli e sistemi economici sostenibili, in particolare il modello B-Corp e la forma giuridica di “società *benefit*”;
- proporre pratiche e modelli di innovazione sostenibile nelle istituzioni e nelle aziende per accelerare una trasformazione positiva dei paradigmi economici, di produzione, di consumo e culturali, in modo che tendano verso la sistemica rigenerazione dei sistemi naturali e sociali, in particolare nel settore della sostenibilità, anche attraverso analisi basate su metrica ESG;
- offrire opportunità di crescita, di qualificazione professionale e di sviluppo delle competenze ai collaboratori attraverso l'individuazione di percorsi formativi qualitativi e qualificanti.

Dell'Antonio conclude così la riflessione: “Credo fermamente che essere una società *benefit* non solo migliori la nostra reputazione e rafforzi la fiducia dei nostri *stakeholder*, ma possa differenziare sul mercato. Un altro aspetto importante è l'attrazione di nuovi talenti, che vedono nelle società *benefit* un ambiente più stimolante, in quanto non focalizzate solo sul profitto, ma anche sull'impatto positivo che possono avere sulla comunità”.



“CBS”, TRA SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE

ALESSANDRO FRANCESCHINI *Architetto e urbanista*

Progettualità complesse al servizio delle amministrazioni

Una società *benefit* (ovvero una articolazione societaria che richiede di dimostrare l'effettivo impatto sociale delle sue attività) che raccoglie competenze analitiche, progettuali, valutative e di comunicazione dei professionisti che la compongono e che si pone d'essere un soggetto territoriale in grado di rilevare e analizzare i cambiamenti socioeconomici in atto, proponendo delle soluzioni e degli strumenti concreti per rispondere alle necessità delle comunità di persone. È questa, *in nuce*, la *mission* della *Community Building Solutions*

(CBS srl società *benefit*), società trentinissima, a dispetto del nome, che lavora sul territorio provinciale e nazionale nei settori dell'*housing* sociale e servizi all'abitare, del *welfare* territoriale e generativo, della pianificazione urbanistica e dello sviluppo turistico e ambientale. La società, presieduta dal sociologo Francesco Gabbi, è composta da diverse figure professionali, opera attraverso il coinvolgimento e la partecipazione delle comunità e degli attori locali e si concentra su due aspetti chiave: la sostenibilità (economica, ambientale e sociale) e l'innovazione. Ma non si accontenta di studiare

i fenomeni: “in CBS crediamo fermamente – spiega Gabbi – che le idee vadano prima testate e poi implementate per dare concretezza ai progetti”.

Attualmente questa azienda, che ha sede nel capoluogo trentino, offre servizi di *project management*, *design* di servizi sociali e di comunità, consulenza, ricerca e formazione sulle politiche socioterritoriali, culturali e ambientali, con un’attenzione speciale al *social housing*. La società applica un metodo che trova la sua forza nella concretezza e nel *focus* sulla sostenibilità (economica, ambientale e sociale) e sull’innovazione. “I nostri temi di interesse – spiega ancora Gabbi – sono essenzialmente concentrati sull’*housing* sociale e servizi all’abitare, sul *welfare* territoriale e generativo e sullo sviluppo turistico e ambiente”. Le persone sono “al centro dell’approccio” di questa azienda, che valorizza l’eterogeneità e l’innovazione continua attraverso la condivisione di competenze, energia e punti di vista diversi. Questo porta “a una costante evoluzione e alla capacità di affrontare nuove sfide”.

Una *start-up* alle origini dell’azienda

La storia di questo gruppo di innovatori sociali inizia una decina di anni fa. Nel 2014, Trentino Sviluppo pubblica il bando *Seed Money* di finanziamento per progetti di *start-up*. Un

bando che, per la prima volta, apriva quest’opportunità anche alle imprese innovative del “sociale”. Francesco Gabbi, Tania Giovannini e l’allora socio Francesco Minora, vincono il bando, proponendo un progetto dal nome emblematico “Abito” che si proponeva, e si propone ancora, come essi stessi spiegano, di “lavorare sulla coesione dei contesti abitativi, cercando di rovesciare l’assioma della convivenza condominiale e mettere a valore il capitale relazionale presente nei complessi abitativi”. Un progetto che si rivolgeva ai cittadini, ai condòmini, agli amministratori di condominio, alle cooperative di abitazioni, ma anche alle istituzioni per promuovere politiche di coesione territoriale. Con questo progetto, spiega Giovannini, attuale responsabile comunicazione e *marketing* di CBS, “siamo entrati nei condomini abbiamo preso le misure, abbiamo predisposto un’analisi quantitativa dei costi che ri-

guardano sia il nucleo abitativo singolo che il condominio nel suo complesso”. A questa fase “analitica” ne segue una più progettuale: la costruzione di un “abito” su misura attraverso strategie di *sharing* e *pooling*, che genereranno un risparmio da depositare in un fondo comune, utilizzabile secondo le modalità definite collettivamente dai condòmini stessi. Il progetto, negli anni, si è poi evoluto e ha preso diverse strade. Nel corso del 2019, Itea Spa (l’ente che, in Trentino, si occupa dell’edilizia economico-popolare) ha modificato la gestio-

LE PERSONE SONO “AL CENTRO DELL’APPROCCIO” DI QUESTA AZIENDA, CHE VALORIZZA L’ETEROGENEITÀ E L’INNOVAZIONE CONTINUA

La presentazione del progetto “Ospitar” a Terragnolo





Una delle abitazioni coinvolte nel progetto "Ospitar"

ne dei servizi di cura del verde e delle pulizie degli spazi comuni negli stabili di sua proprietà. Dal 1° gennaio 2020, i residenti devono provvedere autonomamente alla gestione di questi servizi, comprese la manutenzione del verde, la pulizia delle scale e lo sgombero neve. A partire dal 2020, CBS si è messa a disposizione degli stabili Itea per facilitare la gestione di questi servizi, fungendo da intermediaria tra le ditte fornitrici e gli abitanti. Il progetto Abito rappresenta un modello innovativo di collaborazione pubblico-privato, con benefici per il sistema ex-IACP (Istituto autonomo case popolari), ponendo Itea e il Trentino in una posizione d'avanguardia.

Attualmente, il progetto gestisce servizi per più di 3.500 nuclei familiari coordinando quasi 50 fornitori locali. All'interno di questo servizio, CBS si occupa quindi di attività di *property management*, *facility management* e *community management*. In particolare quest'ultimo aspetto è per CBS di particolare importanza. La società ha infatti attivato negli anni diversi canali di comunicazione con l'inquilinato, facendo della comunicazione e dell'ascolto una sua caratteristica specifica. A titolo esemplificativo, spiegano i titolari della CBS, "nel 2023 sono state effettuate più di 80 riunioni condominiali negli stabili, gesten-

do più di 2.600 telefonate e 150 accessi presso i propri uffici". CBS ha sempre cercato di incontrare e parlare con inquilini e fornitori, mediando spesso anche il raggiungimento di un accordo in situazioni ad alta conflittualità e accompagnando queste comunità a trovare un accordo comune e, spesso, all'elezione di un rappresentante interno per questi servizi.

"Ospitar": un nuovo modo di promuovere il turismo delle aree interne

Un altro progetto che sta interessando l'azienda è "Ospitar", avviato nel 2018. Si tratta di un progetto volto alla creazione di un sistema di ospitalità diffusa - turistica e di residenzialità temporanea - che mira a valorizzare il patrimonio di seconde case a livello locale. Il metodo di ospitalità diffusa, sperimentato negli anni, punta a valorizzare luoghi periferici, spesso poco conosciuti, cercando di portare quindi nuove possibilità a que-

sti territori. Ospitar, spiega Giovannini, "contribuisce al mantenimento del patrimonio immobiliare di seconde case, spesso sottoutilizzato, riducendo l'impatto ambientale e paesaggistico negativo". Al contempo, il progetto "punta a ricreare comunità coinvolgendo proprietari, cittadini e attività commerciali, che

"NEL 2023 SONO STATE EFFETTUATE PIÙ DI 80 RIUNIONI CONDOMINIALI, GESTITE PIÙ DI 2.600 TELEFONATE E 150 ACCESSI IN UFFICIO"

possono condividere professionalità, competenze e valori per costruire una comunità accogliente, un ecosistema che lavori in sinergia su un territorio". Ospitar opera attraverso *partnership* con realtà locali, promuovendo una frequentazione del territorio autentica, sensibile e interessante. Dal 2023, Ospitar ha deciso di espandersi a livello nazionale attraverso Ospitar Plus srl società *benefit*. Attualmente il progetto Ospitar è attivo in più di 25 comuni fra il Trentino e la Lombardia, ha attivato più di 150 strutture e gestisce attivamente più di 60 appartamenti per un totale di circa 450 posti letto.

Progetto "Servizio di assistenza domiciliare da erogare in forma condivisa"

Da più di un anno, CBS è anche coinvolta, in qualità di *partner* operativo, nel gruppo di cooperative assegnatarie dei Servizi di assistenza domiciliare (SAD) sul territorio comunale di Trento. Si tratta di un'attività resa possibile dall'ultima messa a bando del servizio, che prevedeva l'attivazione di un progetto con carattere di sperimentazione rispetto all'implementazione di un momento di coinvolgimento della comunità, del quartiere in cui anziani e persone con fragilità sono insediati, in particolare in alloggi di edilizia pubblica. L'obiettivo, spiega Gabbi,

è duplice: "da un lato, contrastare il carattere di isolamento dei soggetti fragili, facilitando il mantenimento di un certo grado di autonomia e delle capacità cognitive dei soggetti, strettamente legate alla loro azione di relazione con l'altro; e, dall'altro lato, ricreare, per quanto in piccolo, relazioni di vicinato e/o riferite alla comunità locale/di quartiere, capaci di dare solidarietà e, all'occorrenza, supporto alle persone in fragilità".

CBS PARTECIPA A NUMEROSI PROGETTI E COLLABORAZIONI, SIA A LIVELLO LOCALE CHE INTERNAZIONALE

CBS, in questo ambito, si occupa di coordinare il lavoro dell'operatore comunitario, titolato all'implementazione concreta nella comunità degli obiettivi di progetto. Si tratta di un lavoro partito *in primis* da una profonda presa di contatto con i soggetti specifici (attraverso visite domiciliari, telefonate, messaggi), identificati dai poli sociali, per stimolarne la partecipazione ad attività specifiche. Oggi CBS procede

all'implementazione di piccole iniziative di coinvolgimento non solo dei soggetti coinvolti, ma anche del quartiere più in generale. Azioni che valorizzano alcune autonomie residue e/o peculiarità dei soggetti in fragilità (ad esempio: predisposizione alla lettura, alla produzione artistica, ecc.), ma anche più semplicemente, capaci di creare relazione tra questi, i vicini di casa, la comunità di quartiere.





Un bilancio, a dieci anni di attività, e una prospettiva per il futuro

L'anniversario dei dieci anni di attività possono anche essere l'occasione di un primo bilancio. In questi anni, CBS ha partecipato a numerosi progetti e collaborazioni, sia a livello locale che internazionale. Tra questi, si possono ricordare le attività a supporto a progetti di *housing* innovativo sul territorio trentino, come il *coliving*; alcuni progetti di ricerca come quello intitolato "Le case dormienti", che esplora le strategie per facilitare l'emersione del patrimonio immobiliare sottoutilizzato, finanziato da "Patto casa" e sviluppato sul territorio della provincia di Trento; alcune esperienze di progettazione europea, tra cui va ricordato il "progetto europeo Sentinel", che mira a promuovere e rafforzare le imprese sociali per massimizzare il loro impatto economico e sociale in Europa centrale¹; la collaborazione con il mondo della cooperazione e dell'economia solidale come la partecipazione alla nascita del "Marchio dell'economia solidale" e al rafforzamento dei "Distretti dell'economia solidale in Trentino", in particolare per quanto riguarda la comunicazione; e infine la formazione e gli interventi in conferenze su varie te-

matiche legate alla sostenibilità, all'innovazione sociale e allo sviluppo territoriale.

A guardare questa storia decennale, è facile intuire che tutte le attività di CBS ruotano attorno al tema della casa, un tema sempre più cruciale che in questo momento è al centro di un dibattito costante che va dall'accesso alla stessa, ai fenomeni di *overtourism*, che interessano le destinazioni turistiche più note. CBS cerca fin dalla sua nascita di trovare delle soluzioni innovative che possano portare un po' di ordine all'interno di questi sistemi complessi, mettendo a terra delle progettualità con l'ambizione che queste possano diventare poi degli strumenti nelle mani delle amministrazioni, che mai come in questo momento necessitano di una cassetta degli attrezzi per fronteggiare le sfide che si parano loro davanti. CBS - spiegano infine i protagonisti di questa storia - "vorrebbe continuare in questa direzione, come dei *bricoleur* che provano, testano e mettono in pratica delle iniziative che fronteggiano interrogativi comuni e, al contempo, riescono a essere sostenibili, sia dal punto di vista dei parametri ESG² che, soprattutto, sul piano economico". ■

A GUARDARE QUESTA
STORIA DECENNALE,
È FACILE INTUIRE CHE
TUTTE LE ATTIVITÀ DI CBS
RUOTANO ATTORNO
AL TEMA DELLA CASA

1 ICE 2014-2020.

2 Environmental, social, governance.



“SOCIAL IT”, UNA FINESTRA APERTA SULL’EUROPA

MAURO MARCANTONI Direttore dell'Istituto per l'assistenza allo sviluppo aziendale

Soluzioni tecnologiche che creano ricchezza e valore

La comunicazione e la tecnologia sono sempre stati elementi cruciali per il successo delle imprese e per il benessere delle società, ma oggi hanno assunto un'importanza senza precedenti. L'era digitale e i cambiamenti sociali hanno rivoluzionato il modo in cui le persone interagiscono tra loro, rendendo la comuni-

cazione una componente essenziale per il raggiungimento degli obiettivi aziendali e personali, per il benessere, per l'attuazione di nuove forme di *welfare*, per migliorare fondamentali servizi alla persona e al cittadino.

È in questo complesso e dinamico contesto che in Trentino nel 2011 è nata - e opera con crescente successo - “Social

IT Software & Consulting”, una PMI con sede a Trento, che sviluppa soluzioni ICT¹ all'avanguardia. La missione iniziale ha preso spunto da una intuizione del fondatore e CEO² Maurizio Gianordoli – successivamente supportata dai soci storici Luigi Menestrina e Fabio Vidotto – o forse sarebbe meglio dire da una domanda: in che modo l'ICT può rendere migliore la qualità della vita dei cittadini, a partire dalle fasce sociali più fragili? Proprio per dare risposta a quello che appariva ormai come un'urgenza pressante, nel 2011 Gianordoli lasciò il proprio incarico in un'azienda informatica per mettere in piedi la sua “creatura”: una *start-up* con la missione di creare valore, anche nel coinvolgimento di nuove figure professionali. In questa nuova impresa partì da zero: un'avventura non semplice, com'è intuibile, soprattutto sotto il profilo economico finanziario.

A questo proposito Social IT si è subito distinta per il modello di *business*, orientato verso le opportunità messe a disposizione in questo campo dall'Unione europea. È dunque a Bruxelles che l'azienda ha attinto da subito i fondi necessari per sostenere la sua attività di ricerca e sviluppo, anziché rivolgersi ai canali più tradizionali, tipo banche, finanziarie, bandi nazionali. Una strada spesso ritenuta meno sicura: “All'epoca pochissime aziende trentine avevano il mede-

simo *expertise* europeo” spiega Gianordoli. “Ma abbiamo buttato, come si dice, ‘il cuore oltre l'ostacolo’. Per fortuna, il primo progetto presentato ci fu approvato, nell'ambito di Horizon 2020: e questo ci ha permesso di avviare una progressione graduale in ascesa. Da piccola *start-up*, oggi siamo poco meno di venti, gran parte dipendenti: una realtà che viene riconosciuta come internazionale, anche grazie

a un *network* che negli anni abbiamo messo in piedi. Per questo siamo molto attrattivi verso figure professionali e risorse umane di alto profilo curriculare”.

Social IT si configura quindi come una *software-house*, alimentata però da un modello di *business* innovativo, almeno per il panorama locale. Gran parte del flusso finanziario deriva ancor oggi dall'Ue, con una media di

circa due progetti approvati ogni anno; con un incremento notevole di successi nei primi sei mesi del 2024, quando Bruxelles ha dato il suo benestare a ben sette progetti.

Lavorare con i progetti europei significa intercettare i bisogni attuali e futuri dei cittadini, delle organizzazioni e delle istituzioni, a cui si risponde con soluzioni tecnologiche particolarmente spinte e con modelli organizzativi e di *business* innovativi. “C'è un tema fondamentale – spiega Gianordoli – che è quello del mercato. I progetti di sviluppo e le soluzioni che proponiamo devono sostanzialmente avere tre caratteristiche: essere qualitativamente di eccellenza; avere un forte impatto (“*impact*” è la parola chiave in

LAVORARE CON I PROGETTI EUROPEI SIGNIFICA INTERCETTARE I BISOGNI ATTUALI E FUTURI DEI CITTADINI, DELLE ORGANIZZAZIONI E DELLE ISTITUZIONI

1 Information and Communications Technology.

2 Chief Executive Officer.

Da sinistra: Valentina Conotter (ricerca e innovazione), Maurizio Gianordoli (ceo), Luigi Menestrina (marketing e comunicazione) di Social IT





La sede del Parlamento europeo a Bruxelles

questo tipo di progetti europei) sulla nostra vita; riuscire a generare PIL”.

Nei quasi quindici anni di attività di Social IT, molte cose sono naturalmente cambiate nello scenario complessivo. Se in una prima fase si dava più rilevanza alla ricerca e sviluppo, oggi il binomio vincente è costituito da *innovation/action*. Si privilegia cioè la messa a terra delle soluzioni tecnologiche, che devono essere dunque concrete, da una parte, e dall'altra creare ricchezza e valore.

In continuità con questa impostazione, il *business* di Social IT si fonda su tre elementi: il *know-how* che si è fortemente consolidato negli anni; la partecipazione sempre più intensa ai progetti europei; la cura di un segmento particolare di mercato su cui l'azienda sviluppa la “messa a terra” delle soluzioni tecnologiche individuate.

“A tutto ciò – spiega il CEO Gianordoli – si aggiunge, direi allo stesso livello del *know-how*, il *network* che siamo riusciti a costruire in questi anni e che coinvolge enti di ricerca, imprese, università di livello internazionale. Un risultato che, all'inizio di questa avventura, difficilmente potevamo immaginare. Tutto questo ci permette di interfacciarci quotidianamente con soggetti di altissimo livello, che, altrimenti, per una realtà di piccole dimensioni sarebbero stati irraggiungibili. È questo il vero valore della nostra azienda, che spesso mi trovo a raccontare all'esterno”.

Lavorare a uno stesso progetto con i più prestigiosi centri di

ricerca e atenei d'Europa significa andare al di là della logica del puro contratto: ogni volta si instaura una relazione virtuosa e feconda, che nel tempo si struttura e si “fidelizza”. “Se dimostri di avere lavorato con determinati *standard* di qualità, poi, sicuramente verrai nuovamente coinvolto in ulteriori progettualità” conferma Gianordoli. È quello che, su scala più ampia, accade a un importante centro di ricerca trentino, la Fondazione Bruno Kessler, del cui Consiglio di amministrazione, peraltro, lo stesso Gianordoli fa parte, nella veste di vicepresidente. Anche FBK lavora soprattutto su progetti europei e nel tempo ha consolidato un ampio e prestigioso *network* di collaborazioni.

La notevole *expertise* europea, che l'azienda ha accumulato negli anni, lavorando così intensamente sui progetti e

i bandi emessi da Bruxelles, ha aperto all'improvviso, negli ultimi tempi, un versante nuovo di attività. “A un certo punto – spiega Gianordoli – sono iniziate ad arrivare molte manifestazioni di interesse, da parte di altre PMI e non solo, riguardanti la progettazione europea e la modalità di partecipazione. Vedono in noi un *team* che ormai è divenuto particolarmente esperto in

questo campo. C'è ancora molta cultura da diffondere. Infatti, in Italia i fondi europei sono poco sfruttati: si teme che sia troppo complesso raggiungerli e, non meno, gestirli. Non è del tutto vero: ci sono regole complesse, ma si possono affrontare. Abbiamo avuto anche noi molti insuccessi: ma ci hanno insegnato a migliorare. È così che siamo divenuti, a

“DAL 2019 SIAMO
DIVENUTI ANCHE UN
ATTIVATORE DI PROGETTI
PER CONTO TERZI, OLTRE
CHE DEI NOSTRI”

partire dal 2019, anche un attivatore di progetti per conto terzi, oltre che dei nostri”.

Come è ormai di prassi, Social IT ha sviluppato anche un apposito sito *web*, dedicato ai servizi di consulenza, che ha generato un notevole interesse fra gli addetti ai lavori. L'attività di consulenza è quindi divenuta sempre più importante: “Non ci aspettavamo un numero così alto e crescente di richieste” conferma il CEO dell'azienda. Tanto che proprio la consulenza per conto terzi rappresenta oggi la terza macro-area di lavoro di Social IT, dopo lo sviluppo *software* - che rimane a tutt'oggi il *core business* dell'azienda, con la gestione dal 2020 di sviluppo *software* su commissione. L'unicità di Social IT è rappresentata proprio, anche a livello nazionale, dalla compresenza dentro la stessa azienda di tutte e tre le aree: progettazione europea, consulenza per conto terzi, sviluppo di innovazione digitale. L'interconnessione interna fra le tre aree rappresenta la vera forza della società. Una specie di “turbo” installato in un motore già ben sviluppato. Senza contare - e anche questo è un elemento fortemente caratterizzante - la sorprendente diversità di *background* presenti: su una quindicina di dipendenti e una manciata di collaboratori, si registrano ben dieci lauree diverse, anche in settori apparentemente distanti dal *core business* aziendale. Ciò rende l'azienda sorprendentemente versatile in un panorama internazionale molto diversificato.

Social IT, lavoro in ufficio



Il percorso aziendale insomma è stato caratterizzato fin qui da una crescita continua, sia in termini di bilancio che di personale. “Ma proprio per questo, a un certo punto di una progressione sostanzialmente lineare, negli ultimi mesi abbiamo ravvisato la necessità di riflettere su chi siamo e su cosa vogliamo diventare da qui a cinque-dieci anni” spiega Maurizio Gianordoli. Uno *step* che l'azienda ha ritenuto indispensabile per lavorare sulla propria identità e per gettare le basi di una nuova e promettente fase di crescita. Oggi Social IT fonda la sua forte credibilità internazionale (e anche la sua unicità) nel campo dell'euro-progettazione. Ma per rimanere sul mercato serve essere sempre aperti e capaci di cogliere gli ultimi sviluppi tecnologici: ad esempio, soprattutto nel campo dell'intelligenza artificiale, che già da adesso sta cambiando le nostre vite. Una rivoluzione che modificherà modelli organizzativi e di *business*: alcune figure professionali sono sicuramente a rischio,

SOCIAL IT È OGGI
IMPEGNATA A METTERE
A FRUTTO I SUCCESSI
OTTENUTI PER AVVIARE
UNA NUOVA FASE DI
SVILUPPO

ma ne nasceranno anche di nuove. Di questo è necessario essere consapevoli e, di conseguenza, pronti a reagire con lungimiranza, capacità innovativa e disponibilità a rimettersi sempre in gioco.

Proprio per questo, Social IT è oggi impegnata a mettere a frutto i successi ottenuti per avviare una nuova fase di sviluppo aperta alle molte rivoluzioni in atto e alla necessità di essere sempre un passo avanti per cogliere, e non inseguire, la vorticosa evoluzione delle tecnologie e, con esse, del vivere e del produrre. ■



Il Castello di Avio

IL CASTELLO DI AVIO, ANTICHE DOMANDE E NUOVE RISPOSTE

ALICE SALAVOLTI *Storica dell'arte*

Un progetto di ricerca basato sul ritrovamento
di un vecchio manoscritto

Nel cuore della Vallagarina, arroccato sulle pendici del Monte Vignola, il Castello di Avio domina strategicamente il territorio circostante da più di sette secoli e mezzo. Che sia per l'amenità collocazione geografica, ben visibile dalla strada, che

sia per la sua articolata composizione architettonica tra la torre, diversi fabbricati e un ampio anello murario, o che sia per il fascino da romanticismo ottocentesco suscitato dalle porzioni in rovina e la sua totale immersione nell'ambiente naturale circostante, è certo tra i più noti e i più visitati

manieri del Trentino. Ecco che, com'è facile supporre, i riflettori degli studiosi sono stati puntati su questo gioiello dallo sfaccettato interesse architettonico, storico e storico-artistico sin dai tempi più remoti: era quindi necessario pubblicare un nuovo volume monografico a riguardo? Sono le premesse da cui è partito Dario De Cristofaro, storico dell'arte, che ha dato alle stampe nel 2023 il libro "Il castello di Avio e la Vallagarina. Dai Castelbarco alla Serenissima", realizzato con la collaborazione di studiosi come Carlo Andrea Postinger e Marcello Beato e patrocinato dalla Comunità della Vallagarina con i contributi della Provincia autonoma di Trento, del FAI-Fondo per l'ambiente italiano e dei Comuni di Ala e Avio. Di fatto, la storia accademica di De Cristofaro incontrò il Castello dei Castelbarco più di dieci anni prima quando, conducendo una ricerca archivistica presso la biblioteca di Ala, rinvenne un manoscritto di Francesco de' Pizzini, la più antica descrizione organica del Castello rimasta fino a quel momento inedita. Con una novità documentaria di tale portata tra le mani e la consapevolezza che il volume più recente sul Castello e i suoi affreschi era datato alla fine degli anni Ottanta, lo studioso proseguì le sue ricerche accademiche specializzandosi proprio, in occasione del dottorato, sul tema della decorazione ad affresco nelle residenze signorili bassomedievali. Rimase quindi vivo e pulsante l'intento di restituire al pubblico di visitatori, interessati e studiosi le novità emerse nel corso degli ultimi decenni sul Maniero castrobarcense, con una competenza affinata grazie al pro-

**FRANCESCO DE' PIZZINI
ERA UN MONSIGNORE DI
ALA DI CONDIZIONE AGIATA
CHE POTÉ NUTRIRE I SUOI
INTERESSI CULTURALI**

seguire dei suoi studi che avrebbe permesso di confrontare le peculiarità del Castello lagarino con altre dimore private e castelli signorili del nord Italia. Il cuore attorno cui sorse il progetto di ricerca e scrittura di questo volume fu quindi il testo di Francesco de' Pizzini: si trattava di una scoperta piuttosto rilevante in quanto andava a gettare luce su un periodo "buio" della storia dell'edificio, quello che lo vide in ba-

lia dell'incuria e dell'abbandono, ovvero la seconda metà dell'Ottocento. Si poteva finalmente avere la possibilità, leggendo la descrizione di de' Pizzini, di viaggiare idealmente nel tempo osservando quei luoghi come allora apparivano e, soprattutto, con gli occhi e la sensibilità di un erudito ottocentesco. Francesco de' Pizzini era un monsignore di Ala che poté nutrire i

suo i interessi culturali grazie alla condizione agiata della famiglia, dedicando molto tempo della sua vita alle ricerche e alla raccolta di reperti per la sua collezione archeologica. Anche la sua carriera ecclesiastica fu di prim'ordine, l'acme assoluto lo raggiunse nel 1854 quando venne nominato cameriere segreto di papa Pio IX. Degli interessi e delle ricerche l'erudito teneva puntualmente traccia scritta: tra i suoi appunti, raccolti in fascicoli, ecco quello sul Castello di Avio, corredato di note e disegni dedotti dai sopralluoghi che compì tra il 1866 e il 1870. Il suo scopo era probabilmente quello di trarne un volume - che non fu però mai dato alle stampe - tanto che il testo si apre polemicamente condannando il disinteresse degli studiosi che lo hanno preceduto. Come anticipato, lo stato in cui verteva il palazzo a quel

Francesco de' Pizzini, disegno della Casa delle guardie, Sala delle battaglie



Giovanni Battista Unterveger, cortile del Castello di Avio, ante 1893, lastra al collodio



tempo era di totale abbandono, causato principalmente dalle operazioni deleterie di Carlo Ercole Castelbarco il quale, nel 1812, aveva fatto scoperciare la maggior parte degli spazi, eliminando i tetti lignei per fare in modo che fossero considerati inabitabili, dunque, non soggetti a tassazione. Con la trascuratezza dell'ambiente la natura si è fatta largo, alberi e arbusti - insieme a qualche curioso, manigoldo o viaggiatore interessato - divennero allora i nuovi abitanti del Castello. L'insinuarsi delle radici indeboliva le murature, provocando inevitabili crolli, le pareti interne degli edifici scopercati vedevano i loro affreschi perdere piano piano la loro leggibilità e, al contempo, non mancavano atti vandalici. Il testo di de' Pizzini ci risulta quindi una risorsa di assoluta rilevanza perché "fotografa" il Castello prima degli importanti crolli di fine secolo e prima degli invasivi e non filologici interventi di restauro architettonico condotti in seguito, descrivendo ambienti oggi non più esistenti o di cui si possono leggere solo i profili murari. Alle "fotografie letterarie" di de' Pizzini si possono aggiungere, arricchendo il quadro, le immagini fotografiche di Giovanni Battista Unterberger pubblicate nel volume. Sulle sue lastre al collodio è impresso il Castello prima del tragico crollo del 1893, che riguardò sia la torre occidentale, sia altri ambienti del palazzo. Sono immagini dal sapore decadentista e dall'estetica pittoresca, dove affreschi di ambienti interni sono esposti a causa della rovina strutturale, dove cumuli di macerie si alternano a folti arbusti e dove le pareti ancora in piedi sono quasi interamente coperte d'edera rampicante. Tamponare i crolli si rivelò economicamente impegnativo per l'allora proprietario Domenico Battiti, che vendette il Castello. La proprietà del maniero cambiò più volte fino al 1937 quando tornò in mano alla famiglia Castelbarco, che quarant'anni più tardi donò il maniero al Fondo per l'ambiente italiano (nato due anni prima).

Pur essendo il seme da cui è germinato il lavoro di ricerca, il manoscritto del prelado de' Pizzini non è certo l'unico *focus* di questo volume, che si caratterizza per un approfondimento scientifico - pur mantenendo una leggibilità divulgativa - ma soprattutto per un'accurata attenzione non solo alla storia e alle storie che riguardano il Castello, ma anche al contesto socioculturale e artistico che lo ha generato e che ne ha modellato la forma nei secoli. Per quanto riguarda la decorazione ad affresco è dedicata attenzione all'inquadramento nel contesto della pittura sacra e profana in Vallagarina tra Tre e Quattrocento. L'ampio impegno nella ricerca archivistica si evince poi dallo spazio dedicato alla ricostruzione dell'intricato albero genealogico dell'importante famiglia Castelbarco, nella cui casata, fittamente

ramificata e in più ricca di omonimie, s'intrecciano altre importanti dinastie.

Un intero capitolo è poi dedicato a una delle immagini più note ed emblematiche della decorazione ad affresco del Castello ovvero il celebre Cupido ferino della "Camera d'amore", ambiente decorato tra il 1330 e il 1340 per volontà di Guglielmo III Castelbarco. L'ambiente, posto in cima al mastio, si presenta già come un enigma ancora oggi non pienamente risolto: si tratta infatti di una stanza dalla pianta circolare, finemente decorata con un ciclo narrativo di carattere amoroso, ma dall'esito tragico. A cosa era destinato questo luogo? Gli affreschi sono stati realizzati per una fruizione privata o voleva essere un ambiente di rappresentanza in cui condurre ospiti illustri? Il dramma dell'amore sventurato prende qui le sembianze di un Cupido mostruoso: l'affre-

sco, tragicamente abraso, ci mostra un essere dalle ali rapaci e dalle zampe d'arpia ben ancorate alla groppa di un cavallo lanciato in una corsa concitata. Bendato, lancia la freccia che colpirà il cavaliere, ma che invece la dama scanserà, anticipando il tragico epilogo che si compirà nelle scene a seguire. Non certo, quindi, il dolce puttino alato che ci sovviene alla mente pensando alle rappresentazioni di Cupido: un bimbo paffuto con un delicato e raffinato archetto, quello diffuso nella

cultura classica e quindi in quella rinascimentale, che dalla prima attinge a piene mani. Nel Medioevo, infatti, l'iconografia di Amore mutò imbestialendosi, è un adolescente impetuoso e ferino, bendato (dettaglio d'invenzione medioevale, che si manterrà nel Rinascimento, non diffuso invece in epoca greco-romana), che scocca dardi da cui è evidentemente il caso di fuggire. L'Amore non guarda in faccia nessuno e può essere foriero di tormentate passioni e strugimenti d'animo e ciò era in contraddizione con il codice cavalleresco medioevale che promuoveva il controllo sull'ardore erotico a favore dell'equilibrio morale e della fedeltà coniugale. È solo uno, questo, degli elementi che rendono unico nonché estremamente affascinante il Castello di Avio. Il volume "Il castello di Avio e la Vallagarina. Dai Castelbarco alla Serenissima", dopo "Castellum Ava"¹ è dunque il nuovo punto fermo in merito al Castello di Avio. Un punto fermo che, come sempre, si proietta come un nuovo punto di partenza, con l'auspicio che si mantenga elevata l'attenzione e la cura verso questo gioiello del Trentino e che, magari, alcuni interrogativi insoliti o questioni aperte proprio con questo contributo trovino, un domani, risposta. ■

LA PROPRIETÀ DEL
MANIERO CAMBIÒ PIÙ
VOLTE FINO AL 1937
QUANDO TORNÒ IN
MANO ALLA FAMIGLIA
CASTELBARCO, CHE POI LO
DONÒ AL FAI

1 Enrico Castelnuovo, 1987.



Masi alti di Grumes

RITORNO ALLE TERRE “ALTRE”

ALBERTO FOLGHERAITER *Giornalista e scrittore*
FEDERICO NARDELLI *Freelance*

Giovani famiglie che scelgono di vivere nei masi di montagna

“Torna a fior la rosa che pur dianzi languia...” Così il Parini (1761) nelle sue Odi. Torna la vita nelle abitazioni abbandonate a metà degli anni Sessanta. Nei masi di montagna dell’alta Val di Cembra. Mancano i servizi ma ci sono giovani coppie che resistono. E poi c’è chi, dopo qualche anno è costretto a gettare la spugna. La pandemia di Covid-19 e le estati bollenti degli ultimi anni hanno fermato l’emorragia che, dagli anni Sessanta del secolo scorso, aveva caratterizzato i villaggi di montagna. Ne-

gli anni Novanta furono definite “Terre alte”, in contrapposizione alle “Terre basse” della pianura. In Italia, il termine è stato adottato negli studi di geografia e di pianificazione territoriale. Individua le zone montane e rurali che spesso affrontano difficoltà legate all’isolamento e allo spopolamento. Come tutti gli *slogan* accattivanti, “Terre alte” è diventato un *brand* per le campagne promopubblicitarie volte a favorire un turismo sostenibile, attento all’ecosistema del territorio. Semplicemente preferiamo chiamarle “Terre altre”, diverse

cioè dalle cartoline patinate del turismo delle città d'alta quota, dai luoghi blasonati dove, col freddo, vanno a svernare gli ultimi karakul¹, i leopardi delle nevi, gli zibellini e gli ocelot². Tutte specie rare, in via di estinzione. Ma qualche pelliccia, in barba alle proibizioni, si trascina ancora nello struscio in piazzetta, accompagnato dall'immane moscia.

Si leva dunque qualche sbuffo di fumo dai camini, un tempo spenti, delle "Terre altre" di un Trentino che pare aver smarrito l'orgoglio della propria autonomia. Che cerca alternative alle città roventi, alla microcriminalità (ma è macro per chi la subisce), allo smarrimento e al disagio. E mentre nei villaggi si moltiplicano i cartelli "vendesi" qualcuno acquista, qualcuno torna.

Negli anni Sessanta del XX secolo la gente fuggì dalla montagna perché non c'erano strade agevoli. Ma c'erano, allora, le pluriclassi; l'osteria e il negozio di prossimità (la bottega), il campo per le patate e il camposanto per l'ultimo viaggio col prete a salmodiare. Oggi, tutto questo non c'è più. Solo le strade in qualche modo sono state rammendate. Per contro, nelle praterie del *web* si sono

sperimentate le autostrade informatiche. Sembra passato un millennio ed era appena ieri.

Mentre la montagna (anche quella trentina) perdeva i propri protagonisti, negli Stati Uniti, il Dipartimento della Difesa avviava (1969) "Arpanet", una rete sperimentale per collegare università e centri di ricerca militari e favorire lo scambio di informazioni. Internet, come lo conosciamo oggi, prese il via nel 1991 con la creazione del *www* (*World Wide Web*) al CERN di Ginevra.

E il mondo non fu più come prima. Caduto il muro di Berlino (1989) sono divampate le guerre "regionali" (dalle guerre balcaniche nella ex-Jugoslavia, al Medio Oriente, fino all'invasione dell'Ucraina), hanno cominciato ad arrivare i profughi e i derelitti del Sud del mondo.

Si spiega anche così il ritorno alle "Terre altre", la ristrutturazione delle

antiche case, la ricerca di un modello di vita che pareva naufragato con l'esodo di cinquant'anni prima. Una piccola *élite*, d'accordo. Una scelta che discende, talora, anche da acquisizioni culturali.

Come la decisione di Stefania Villotti, 40 anni, laurea in medicina veterinaria, una seconda in scienze naturali, un dottorato in teologia, conseguito in Portogallo, la quale ha lasciato Trento per trasferirsi ai Masi alti di Grumes con il marito,

MENTRE NEI VILLAGGI SI MOLTIPLICANO I CARTELLI "VENDESI", QUALCUNO ACQUISTA, QUALCUNO TORNA

1 Pecora originaria del Turkestan.

2 Gattopardo americano.

Stefania Villotti e Isacco Gilmozzi con i loro tre figli



Isacco Gilmozzi, e i tre piccoli (Maria, Martina e Mael di pochi mesi e che in lingua celtica vuol dire “principe”). Con loro anche sei cani, due vacche, un vitello, tre cavalli, una mula, una ventina tra pecore e capre oltre a un consistente pollaio con galline e altri animali. Niente televisione, autoproduzione anche energetica. Unica concessione alla modernità: Internet via satellite perché qui le reti dei gestori telefonici sono un po’ deboli. Perché avete scelto di vivere in questo luogo sperduto nell’alta Valle di Cembra?

“Abbiamo acquistato casa qui cinque anni fa perché ci piacevano il posto, la gente e potevamo anche avere un po’ di terra a un costo accessibile”.

“A me piaceva il clima, più temperato rispetto alla Val di Fiemme, e la tranquillità. Il tempo lento. Non mi piace la follia del turismo mordi e fuggi, insomma non mi piace il caos”. Isacco Gilmozzi, 42 anni, da Panchià, marito di Stefania. Fino a maggio del 2024 era titolare di una ditta artigiana che a Tesero realizzava paletti di plastica per le piste da sci. Ha venduto l’attività a un concorrente di Varese “perché troppo impegnativa, inconciliabile con la famiglia”.

Cosa farete da grandi?

“Siamo ancora in crescita. Pensavo di andare avanti con la

ditta ma avrei dovuto investire un milione di euro e ho preferito passare la mano. Prima del Covid pensavo che avrei proseguito con la mia professione per tutta la vita, l’epidemia ci ha fatto cambiare idea. Una stagione invernale è saltata, ho dovuto fare un mutuo per pagare i dipendenti, a un certo punto sono stato costretto a gettare la spugna. Anche perché

i mesi che siamo stati confinati qui ai Giovanni³ mi hanno confermato che ai Masi si sta bene. Mi sono reso conto che si può vivere anche con poco”.

Stefania: “Non abbiamo una vita particolarmente dispendiosa. Ecco, siamo attenti sul cibo, nella scelta dei prodotti biologici, quello sì. Poi

abbiamo l’orto, le uova, il latte, ci facciamo il formaggio... Per il resto bisogna anche sapersi accontentare”.

Carenza di servizi? “Siamo in una zona svantaggiata rispetto alla comunità, tanto più che lavoriamo in agricoltura. Un territorio frammentato, la mancanza di strade d’accesso, si deve fare tutto con mezzi piccoli. Si fa molta più fatica che da altre parti e i risultati sono inferiori. Soprattutto abbiamo tre bambini e una fattoria in una zona pianeggiante, magari vicina a

“IL POSTO CI PIACE MOLTO
E QUELLO CHE STIAMO
COSTRUIENDO CON FATICA CI
DICE CHE NE VALE LA PENA”

3 Località della Valle di Cembra.

Masi alti di Grumes





Gloria Simeoni e Marcello Bianchi

un centro con servizi, sarebbe forse più agevole. Però la scelta di vivere qui è ancora valida. Il posto ci piace molto e quello che stiamo costruendo con fatica ci dice che ne vale la pena". Isacco: "Abbiamo una ventina tra pecore, capre, mucche e cavalli. E le galline. Sistemati gli animali, verso le 7:00 prepariamo la colazione alle bambine che vanno poi all'asilo...". Lontano da qui, a Bosco di Civezzano, dove le piccole seguono un percorso educativo diverso, con il metodo steineriano. Stefania: "E poi, in verità, non ho smesso del tutto con la professione veterinaria. Isacco ha mantenuto una collaborazione con i nuovi titolari ai quali ha venduto la ditta. Ha solo cambiato ruolo".

Lo ammetterete: è un po' paradossale che si studi una vita per conseguire lauree e *master* e poi si appendano a un chiodo tocco e diplomi.

"Più che paradossale è un po' un'evoluzione. Uno studia e poi si applica nel lavoro che più gli piace. Io resto veterinaria, ma sono anche mamma, faccio l'allevatrice di animali". Ai Giovanni, dove la coppia vive con due bambine e un neonato, ci sono 11 adulti e sei bambini. A Pasquetta del 2024 i lupi hanno predato alcune pecore dentro il recinto, accanto al maso. Ecco il tema della convivenza con i grandi carnivori. Stefania: "In realtà sono un po' confusa e molto combattuta sul tema della convivenza e del rispetto degli equilibri della biodiversità. Da aprile abbiamo un cane da guardiania che vive assieme alle pecore". Oltre ai lupi che si aggirano nei dintorni, sulla fattoria ai Gio-

vanni volano le poiane. Qualche gallina ha preso il volo ma "adesso che nel recinto c'è il cane, le predazioni sono scomparse".

Gli animali comportano una sorta di schiavitù, una clausura, perché non è che si possa andare in vacanza o fare festa lontano da qui. "In realtà abbiamo la collaborazione di altre coppie che vivono nei paraggi, pertanto qualche vacanza possiamo ancora programmarla. Possiamo contare su una bella rete di amici".

"Ma sì, diciamo che abbiamo portato un po' di scombussolamento nella frazione dei Giovanni".

Avete portato vita. "Sì, qui era tutto molto più tranquillo, prima che arrivassimo noi: bambini, animali, cani, trattori... Dobbiamo dire che ci hanno accolto più che bene, tollerati più che bene".

Nell'abitazione vicina ai Gilmozzi vivono Gloria Simeoni, 32 anni, nata a Salerno, ma origini dai masi (il papà, Giuseppe, chiamato Zepp, se ne andò negli anni Sessanta), e Marcello Bianchi, 36 anni, lombardo. "Sono grafico pubblicitario - racconta - e mi sono sempre occupato di *marketing*. Nel 2011 ho ceduto la mia attività e mi sono trasferito in Australia. Lì mi sono occupato di permacolture⁴, in progettazioni agricole che mettono

"QUI ERA TUTTO MOLTO PIÙ TRANQUILLO, PRIMA CHE ARRIVASSIMO NOI: BAMBINI, ANIMALI, CANI, TRATTORI"

⁴ Pratiche agricole che, adottando soluzioni osservate negli ecosistemi naturali, permetterebbero di produrre cibo, fibre ed energia (Wikipedia).



Masi alti di Grumes

assieme efficienza e sostenibilità. Tornato in Italia, mi sono detto: se resto qui devo avviare il mio progetto sull'Arco alpino. Sono partito alla ricerca di un luogo e, alla fine, nel 2013 sono approdato a Grumes".

Dove ha trovato il luogo ideale e la sua donna. Galeotta fu l'offerta di Giuseppe Simeoni di proporre al giramondo lombardo un alloggio in affitto e pure i terreni per piantare una sua azienda agricola. Marcello Bianchi gli ha "portato via" anche la figlia, che ha sposato due anni fa.

"Dal 2014 al 2017 ho bonificato i campi qui attorno. Abbandonati da anni erano stati risucchiati dal bosco. Dal 2018 abbiamo una produzione di ortaggi e di uova. Tutto fresco, erbe aromatiche comprese. Abbiamo sempre effettuato le consegne a domicilio, anche prima del Covid".

Una piccola azienda modello, con alcuni collaboratori che oggi non ci sono più: "È capitato il Covid, lavorando anche con la ristorazione abbiamo avuto un calo drastico degli ordini. Infine, una serie di vicissitudini familiari, ci ha costretti a ridimensionare tutto".

Al punto che la coppia è intenzionata a lasciare il maso dei Giovanni, ai masi alti di Grumes, per trasferirsi nella Piana Rotaliana. Gloria Simeoni, infatti, fa l'insegnante alla scuola

primaria a Mezzolombardo e la vita da pendolare (cento chilometri al giorno) comincia a pesare. "Fa un po' sorridere, se penso che abitavo a Salorno dove, tra l'altro, prendevo 200 euro di stipendio in più al mese...". Anche volendolo, non potrebbe domandare il trasferimento a Grumes perché la scuola qui non c'è più.

Marcello Bianchi: "Certo, per noi questo è il posto più bello del mondo. Ma c'è una carenza pazzesca di servizi. In undici anni, da quando sono arrivato qui, hanno chiuso tante attività dalla banca alla posta. E se vuoi farti una famiglia... devi pensare anche alla scuola per i figli, un minimo di socialità..."

E le colture, e l'allevamento delle galline?

"Negli anni la zona si è popolata di rapaci, che un tempo non c'erano. Avevamo galline in tutti i pascoli e, ahinoi, le abbiamo dovute confinare sempre più perché la poiana, l'astore... trovavano cibo per il loro becco". Insomma la natura vi ha sconfitti. "Solo per quanto riguarda le galline, in verità. Quanto agli ortaggi, avendo progettato con tecniche di colture rigenerative, in permocultura abbiamo rafforzato l'ecosistema perché abbiamo attirato predatori utili; abbiamo creato microclimi per coltivare in quota". E poi ci sono Emanuele Pojer, 23 anni, che vive al maso Pin-

“IL NOSTRO OBIETTIVO È QUELLO DI METTERE SU FAMIGLIA E VIVERE QUI PERCHÉ QUI STIAMO BENE E SIAMO FELICI”

tèri di Grumes assieme alla sua ragazza, Natalie Gottardi, 18 anni, da Valfloriana, sull'atro versante della Valle dell'Avisio. Lui fa il boscaiolo, lei lo aiuta ad allevare gli animali: una mucca, quattro cavalli e una decina di pecore. La passione per gli animali, racconta Emanuele, gliel'ha trasmessa la nonna Assunta Pedri, 83 anni. Poi ha trovato Natalie che aveva gli stessi gusti e inseguiva gli stessi sogni. Così la giovane coppia ha messo radici e deciso di stabilirsi ai Pintèri dove vivono sei persone.

Con le altre coppie giovani che abitano ai Giovanni, dicono, "ci diamo una mano a fare il fieno".

Che cosa vi manca qui ai Masi? "Niente, stiamo bene così". Anche se ogni tanto si fanno vedere i lupi. "Finora - raccontano - non abbiamo subito predazioni perché teniamo gli animali nel recinto".

Perché una ragazza di appena 18 anni decide di allevare animali? Pare una scelta controcorrente e nemmeno tanto semplice: "Ma non è un brutto mestiere e poi è differente da quello che fanno tutti gli altri. A me piace e noi ci accontentiamo di poco. Il nostro obiettivo è quello di mettere su famiglia e vivere qui. Perché qui stiamo bene e siamo felici".

Per contro, i coniugi Bianchi-Simeoni se ne andranno dai Masi entro l'inverno. Appena troveranno un alloggio in affitto (e pare un'impresa) nella Piana Rotaliana o, magari, a Salorno. Anche Gloria se ne andrà dai Masi alti, piangendo. Come fu per il "Zepp", suo papà, che emigrò a Salorno il 14 febbraio del 1968, quando aveva appena dieci anni. Mezzo secolo dopo, la storia si ripete. ■

I Masi di Grumes (comune di Altavalle)

I Masi della montagna di Grumes sono casolari sparsi sulle ripide pendici meridionali della Lasta di Belvedere. Portano i nomi che derivano, talvolta, dai cognomi dei loro abitanti: Ferrai, Forni, Gaiardi, Giovanni, Grezzon, Orion, Pinteri, Pojeri, Rosi, Todescat. Oggi la popolazione dei Masi è formata da 79 persone, la maggior parte anziane, ma ci sono anche alcune coppie di giovani. Il censimento austriaco del 1890 aveva fatto registrare a Masi 223 abitanti. Al censimento italiano del 1921 la popolazione era aumentata a 309 unità per poi diminuire progressivamente fino a 69 abitanti nel 1970. Al maso Giovanni, il più alto sulla montagna (1.160 m), nel 1970 c'erano 6 persone. Oggi sono in 13.

A Lario, nei casali della valle del rio dei Molini, nel 1921 abitavano 42 persone; al Maso Rella sul versante che precipita verso il fondovalle dell'Avisio c'erano 30 abitanti.

L'ultimo abitante di Lario, Ermanno Samin, arrivato a Grumes da Salorno nel 1990, è morto a novant'anni nel febbraio del 2023. Al Maso Rella non ci sono più nemmeno i ruderi delle antiche abitazioni.

Emanuele Pojer e Natalie Gottardi





Maria Dolens

MARIA DOLENS, MESSAGGERA DI PACE

MAURO MARCANTONI Direttore dell'Istituto per l'assistenza allo sviluppo aziendale
ALICE SALAVOLTI Storica dell'arte

Nel 2025 la Campana dei Caduti di Rovereto compie cent'anni

In un mondo tormentato da innumerevoli focolai di guerra, lacerazioni, pericolose *escalation* militari, la pace non può rimanere soltanto un monito astratto: serve il concorso concreto e reale di tutti per costruire davvero un futuro di fraternità universale, di tolleranza e di rispetto fra i popoli.

La Campana dei Caduti di Rovereto procede da cent'anni esatti su queste due importanti direttrici: da una parte rappresenta, con la potenza tipica dei grandi simboli, un richia-

mo alto e solenne alla necessità del superamento di tutti i conflitti; dall'altra, nel nome di questo simbolo, viene svolta un'importante azione di *peacekeeping*, condotta "sul campo", ben oltre la retorica e le celebrazioni simboliche.

Le due direttrici, nella storia di Maria Dolens, sono ben rappresentate da altrettante date fondamentali: il 1925, l'anno della realizzazione della prima campana, sulla base della profetica intuizione di don Antonio Rossaro; il 1965, quando la campana trovò la sede definitiva sul Colle di Miravalle e

prese vita la Fondazione omonima, di cui venne formalmente riconosciuta la personalità giuridica, tre anni dopo con un decreto del Presidente del Consiglio, e che oggi risulta accreditata presso i più importanti organismi mondiali come il Consiglio d'Europa e l'ONU.

Il 2025, dunque, è l'occasione per commemorare i due importanti anniversari, il secolo di vita della Campana e il sessantesimo della sua definitiva collocazione sul Colle che domina Rovereto. Commemorazioni che avranno al centro un dato incontrovertibile: Maria Dolens è ancor oggi - e forse, verrebbe da dire, mai come oggi - un simbolo potente, la cui voce si spande ben oltre i confini della terra che la ospita, la Vallagarina e il Trentino, per raggiungere idealmente tutto il mondo. Ma quel simbolo è divenuto, negli ultimi decenni, anche il sigillo di un percorso di attuazione di azioni concrete di pace, attraverso il lavoro instancabile della Fondazione Campana dei Caduti. La Campana dunque non è un monumento muto, retaggio di un passato di ideali ormai lontani. Tutt'altro. Il suo è un messaggio vivo, di grandissima attualità e urgenza anche per il tempo presente e il futuro. "Il raggiungimento da parte della Campana dei Caduti di Rovereto dei cent'anni di benemerita attività a favore della pace e della fraternità fra popoli e nazioni" spiega il reggente della Fondazione, Marco Marsil-

LA TRASFORMAZIONE DEL BRONZO DEI CANNONI IN UN SIMBOLO DI PACE È GIÀ UN MESSAGGIO ELOQUENTE

li, "induce a riflettere sulla protratta attualità del messaggio che Maria Dolens instancabilmente diffonde, idealmente destinato a tutte le persone che, nei cinque continenti, sono disposte ad ascoltarlo, farlo proprio e trasmetterlo oltre. È un messaggio che, con ostinata determinazione, evidenzia come la guerra non possa mai rappresentare una soluzione accettata per risolvere le controversie fra gli Stati, dal momento che qualsiasi ricorso alle armi si traduce, attraverso nuove

vittime e più ampie distruzioni, in un inevitabile aggravamento delle crisi in atto".

Quando don Antonio Rossaro, ebbe l'intuizione di far realizzare una delle più grandi campane mai costruite dall'uomo fondendo il bronzo dei cannoni, il mondo era appena uscito da un conflitto globale che aveva causato milioni di morti e distruzioni. Il Trentino era stato uno dei

teatri di guerra più sanguinosi. Proprio in Vallagarina correva la linea del fronte. In quella che era la parte più meridionale del Tirolo italiano, la Vallagarina fu teatro di scontri e di feroci battaglie, passate tristemente alla storia e ben radicate ancor oggi nella memoria collettiva.

La linea del fronte segnava un confine che, per tutta la durata della Prima guerra mondiale, rappresentò una cesura tragica non solo fra gli opposti combattenti ma, più in generale, nella cultura e nella mentalità dei popoli che si trovarono coinvolti,

L'inaugurazione di una manifestazione internazionale alla Campana dei Caduti





Pietro Monti e Sergio Mattarella nel 2001

loro malgrado, in una spirale di odio reciproco. Un confine però può anche essere una soglia, un punto di contatto e non di separazione: così è stato il Trentino-Alto Adige per secoli, una sorta di “cerniera” fra Mitteleuropa e area del Mediterraneo.

È in questo rovesciamento di prospettiva che si fonda la poderosa idea di don Rossaro. La trasformazione del bronzo dei cannoni in un simbolo di pace è già di per sé un messaggio eloquente: a ogni guerra fa sempre seguito, puntualmente, una ricostruzione e la pace non è altro che questa meticolosità, tutta umana, nel rimettere in piedi i pezzi di un mondo che si credeva perduto.

Il sogno di don Rossaro però andava anche oltre il semplice richiamo a un mondo di pace. Il prete trentino aveva dalla sua l'energia e la visionarietà tipica dei profeti di ogni epoca e di ogni fede: la “sua” Campana avrebbe avuto il compito di smuovere le coscienze, di contribuire per davvero a costruire nuovi orizzonti mondiali. In questo senso, vi è una profonda interconnessione e continuità - storica, ideale, valoriale - fra la realizzazione del simbolo-Campana e la nascita della Fondazione, poco più di quarant'anni dopo, lasciata alle spalle una seconda e ancor più terribile guerra mondiale. La nuova creatura non serviva solo a “istituzionalizzare” quel sogno primigenio, ma divenne ben presto lo strumento con cui - sulla scia dei propositi di don Rossaro - passare dal mero simbolismo a una progettualità di pace fattuale, concretissima. Quasi come se quel bronzo di cannoni e di morte venisse fuso nuovamente: questa volta, idealmente, in tante azioni e progetti di pace a caratura internazionale.

Fu dunque nel 1965 che Maria Dolens trovò la sua ultima e attuale collocazione in un luogo tutto a lei dedicato sul Colle di Miravalle, dopo essere stata fusa ben due volte nel '39 e nel '64 e dopo aver lasciato l'originaria sede del Torrione Malpiero del Castello di Rovereto. Prima di giungere a Rovereto, il 31 ottobre del '65, venne solennemente benedetta a Roma da Papa Paolo VI, un evento che trovò ampio spazio nelle cronache del tempo, non solo in Italia.

La Fondazione Campana dei Caduti vide la luce appena tre anni più tardi: in quel 1968 che tuttora rappresenta un importante spartiacque nella storia della società e della cultura occidentale. Lo spirito dei tempi era evidentemente maturo e induceva a scendere in campo, a passare dalle evocazioni alle iniziative concrete. La nascita della Fondazione insomma risponde all'esigenza di “costruire la pace” e non solo invocarla. Si capì, come “solo i tavoli negoziali, attraverso l'attiva partecipazione delle parti in causa e, se del caso, degli organismi multilaterali - sottolinea il reggente Marsilli, che ha alle spalle una illustre carriera da diplomatico - siano in grado, attraverso la identificazione e l'applicazione di misure

condivise, di provocare una progressiva *de-escalation* delle violenze sino all'auspicata cessazione delle ostilità”.

Un grande protagonista di quegli anni, fra gli artefici della Fondazione, fu certamente don Silvio Franch, che della Campana fu a lungo vicereggente fra gli anni Settanta e Ottanta ed ebbe un ruolo decisivo nel traghettare la Fondazione da un approccio prevalentemente celebrativo a una vocazione propulsiva capace di correlare le occasioni di incontro con la necessità di sviluppare un cammino di educazione alla convivenza, al dialogo interreligioso, alla multiculturalità, al ruolo dei popoli e delle loro storie.

La conduzione delle Reggenze della Campana ha visto alternarsi negli anni figure di grande spicco nell'ambito della storia locale, dopo don Rossaro. Alla sua morte, avvenuta il 4 gennaio 1952, succedette nel 1953 un altro religioso, padre Eusebio Jori, cappuccino e cappellano militare. Padre Jori si

mantenne alla Reggenza fino alla sua morte, nel 1979, traghettando la campana dal Torrione al Colle e fu sempre sotto la sua guida che si costituì la Fondazione Opera Campana dei Caduti.

Gli successe il suo vice, Renzo Gasperi, che per cinque anni assunse la carica di presidente provvisorio. Fu poi la volta di Pietro Monti, dal 1984 al 2003,

figura di alto spicco nel mondo economico e finanziario roveretano e trentino, ma anche promotore di prestigiose iniziative culturali e sociali.

La Fondazione è poi entrata definitivamente nel novero delle grandi istituzioni mondiali grazie all'impulso dato dal senatore Alberto Robol, che ne assunse la Reggenza dal 2003 al 2020. Nel maggio 2006 la Fondazione ha ottenuto infatti il “*participatory status*” in seno al Consiglio d'Europa, mentre nell'agosto 2009 il Consiglio economico e sociale (ECOSOC) dell'ONU le ha attribuito lo “*special consultive status*”.

Il “Centenario” di Maria Dolens non può che essere accompagnato da un sentito riconoscimento e convinto ringraziamento rivolto alle generazioni di persone (e non sono poche) che con il loro generoso operato hanno permesso il raggiungimento di un così prestigioso traguardo. “Per gli attuali responsabili della Fondazione, spiega il reggente Marsilli - esse fungono da probante termine di paragone e da costanti sprone per portare avanti con inalterato entusiasmo e al meglio delle loro possibilità i principi e gli ideali di Maria Dolens”.

Oggi la Fondazione gode di una immagine riconosciuta in tutto il mondo. Il suo messaggio, conclude Marsilli, “ribadisce in forma forte e chiara come la armonica convivenza, il reciproco rispetto, la costruttiva solidarietà formino i valori irrinunciabili per un mondo, come quello in cui noi viviamo, già fortemente impegnato in problematiche di difficilissima soluzione, sull'esempio - ma altri potrebbero essere evocati - delle sfide poste dalla “Agenda 2030” delle Nazioni unite”. ■

NEL 1965 MARIA DOLENS TROVÒ LA SUA ULTIMA E ATTUALE COLLOCAZIONE SUL COLLE DI MIRAVALLE



EUROPA, SFIDE DI STRAORDINARIO RILIEVO

GIANNI BONVICINI *Consigliere scientifico dell'Istituto affari internazionali (IAI)*

L'impegnativo percorso che attende la nuova Commissione europea

Con la conferma di Roberta Metsola alla Presidenza del Parlamento europeo, l'elezione di Ursula von der Leyen alla Presidenza della Commissione e di Antonio Costa alla Presidenza del Consiglio europeo e con la designazione di Kaja Kallas per l'incarico di Alta rappresentante per la politica estera, si è completata la prima fase di avvio delle nuove istituzioni dell'Ue.

La seconda, che è quella della designazione, da parte dei governi dei 27, dei candidati a rivestire il ruolo di commissario all'interno del Collegio di Bruxelles è partita fin da subito in salita. La riconfermata Presidente von der Leyen aveva chiesto con giusta insistenza ai capi di governo di designare due candidati, uomo e donna, per permettere di rispondere efficacemente al *gender-balance*, scegliendo un numero

di donne sufficienti. Solo la Bulgaria ha risposto positivamente a questa richiesta. Altrove hanno prevalso interessi di bottega interna. Alla fine, a forza di insistere, si delinea una Commissione con 11 rappresentanti femminili, il 40% del totale, rispetto ai 13 della precedente legislatura. Ma la parte più complicata è stata certamente quella della distribuzione delle competenze fra i 27 commissari. A essa si sono poi aggiunte le forche caudine delle audizioni parlamentari dei singoli candidati e la votazione finale sull'intera Commissione. Non è questo un elemento nuovo nella storia della Commissione. Questa volta, tuttavia sono cambiati gli equilibri politici all'interno dell'Unione europea. E ciò ha complicato non poco l'iter politico fra equilibri nazionali ed europei alla conferma del nuovo collegio di Bruxelles. Al Parlamento europeo ha sostanzialmente tenuto una maggioranza centrista, moderata e pro-europea, formata dal Partito popolare europeo (PPE), dai Socialisti e Democratici, dai Liberali e dai Verdi. Se consideriamo poi che un cordone sanitario ha impedito ai rappresentanti dei gruppi estremisti di assumere posizioni rilevanti nelle commissioni del Parlamento europeo, possiamo affermare che il rischio immediato di una radicalizzazione dell'assemblea è stato nuovamente evitato.

Ursula von der Leyen, Presidente della Commissione europea

L'IMPATTO DELLE ULTIME ELEZIONI SULL'UNIONE EUROPEA NEL MEDIO TERMINE NON DEVE ESSERE SOTTOVALUTATO

Tuttavia, l'impatto delle ultime elezioni sull'Unione europea nel medio termine non deve essere sottovalutato. Nel Consiglio europeo, l'influenza delle forze politiche di destra e di estrema destra è cresciuta, sia perché guidano gli esecutivi nazionali sia perché svolgono un ruolo maggiore a livello nazionale. Mentre l'influenza di Francia e Germania si è ridotta a causa dell'indebolimento dei due governi. Il vecchio motore dell'integrazione europea sembra davvero inceppato e questa non è certamente una buona notizia.

Con un Parlamento europeo meno progressista e più frammentato, l'attuazione delle necessarie riforme istituzionali (freno al diritto di veto ed estensione della maggioranza qualificata) sarà molto impegnativa, anche in considerazione del maggiore numero di Paesi che potrebbero porre proprio il veto all'interno del Consiglio. In questo scenario, la

rielezione della von der Leyen alla guida della Commissione europea, sostenuta da una maggioranza pro-Ue, è positiva, ma la sua agenda per la prossima legislatura sarà inevitabilmente più condizionata di quella precedente.

Quando si accenna al tema dell'agenda ci si addentra in un futuro carico di incognite. Alcuni osservatori definiscono i prossimi anni come "un campo minato". Già nella precedente



legislatura la von der Leyen ha dovuto gestire problemi di primo piano. La pandemia, innanzitutto, e le azioni per acquistare vaccini per l'intera Unione. La crisi economica, seguita al drammatico rallentamento dell'economia nei periodi neri del Covid, il lancio di un gigantesco piano di ripresa economica con il ricorso, fino ad allora impensabile, agli Eurobond. Infine, per non farsi mancare nulla, anche lo scoppio di una vera guerra nel cuore dell'Europa con l'aggressione russa all'Ucraina e la crisi energetica che ne è seguita. Va detto, retrospettivamente, che la von der Leyen e l'insieme dell'Ue hanno risposto efficacemente. La presidente della Commissione è stata una brava *manager*, ma ora occorre anche una grande capacità di visione per comprendere la rotta che l'Ue dovrà seguire nei prossimi cinque anni e oltre.

In effetti, a fronte di questi passaggi istituzionali, la nuova legislatura si apre per l'Ue in un contesto internazionale complicato. La guerra in Ucraina, dagli esiti ancora incerti, continua a rappresentare una minaccia alla sicurezza dell'Europa. A ciò si aggiunge la crisi in Medio Oriente, priva per ora di prospettive di soluzione politica e con rischi

di regionalizzazione del conflitto israelo-palestinese. Persiste, inoltre, una competizione strategica e globale fra Usa e Cina, destinata ad avere conseguenze anche sull'Europa, soprattutto alla luce della rielezione di Donald Trump e delle conseguenze sui rapporti transatlantici. Numerosi sono inoltre i conflitti locali o regionali, in una situazione di crisi del sistema multilaterale e delle istituzioni internazionali. La legislatura si avvierà anche in una situazione di crescita

economica debole, soprattutto in Europa, di rallentamento del commercio internazionale, di rischio crescente di misure protezionistiche e in presenza di un serio problema di demografia. In un contesto, quindi, tendenzialmente non favorevole all'affermarsi di un protagonismo europeo, anche perché, in questi ultimi anni, l'Europa ha perso di peso e di ruolo.

NELLA PROSSIMA LEGISLATURA L'UE DOVRÀ DEFINIRE E ATTUARE UNA STRATEGIA DI RILANCIO DELLA COMPETITIVITÀ

Secondo quanto anticipato da von der Leyen nel suo intervento al Parlamento europeo, nella prossima legislatura l'Ue dovrà definire e attuare una strategia di rilancio della competitività, che consenta di sviluppare maggiore capacità di innovazione e sviluppo di tecnologie abilitanti, di ridurre le eccessive dipendenze cosiddette strategiche, di riportare al





Mario Draghi in un intervento al Parlamento europeo

centro dell'agenda il tema della sicurezza economica. Una strategia che dovrebbe prevedere un ambizioso programma di completamento del mercato interno, da integrare con una serie di misure mirate al rafforzamento della competitività dell'industria e dei servizi, anche sulla base dei rapporti di Enrico Letta e Mario Draghi.

Proprio il rapporto Draghi rappresenta quella visione strategica che può sostenere il cammino della von der Leyen.

Basato sul tema della competitività dell'Ue, il rapporto non si ferma solo su questo argomento ma spazia sul ruolo economico internazionale europeo e addirittura sulla necessità di avviare un grande sforzo nel campo industriale e militare della difesa europea. Pur dichiarando che decarbonizzazione e transizione energetica rimarranno una priorità dell'Ue, Draghi ritiene necessario conciliare il raggiungimento degli obiettivi del *Green Deal* non solo con politiche mirate a realizzare una maggiore competitività dell'economia europea, ma anche con una crescente attenzione al tema delle compensazioni dei costi economici e sociali dei processi di de-carbonizzazione e delle misure destinate a stimolare investimenti pubblici e privati per coprire i costi della transizione *green* e dello sviluppo di tecnologie verdi. L'adagio del rapporto è infatti che l'Ue

deve essere *"as competitive as possible, as sustainable as possible"*, cioè un certo pragmatismo pur in una visione di ampio respiro. Secondo Draghi, per dare una svolta radicale a un'Ue declinante occorrono riforme istituzionali come l'abolizione del diritto di veto e una massiccia iniezione di Eurobond, circa 800 miliardi all'anno.

Qui affiora anche un'altra possibile mina sul cammino della Commissione: la necessità di rivedere a fondo l'attuale bilan-

cio settennale dell'Unione che è intorno a un trilione di euro nel settennato (poco più dell'1% del Pil complessivo Ue) e che dovrà essere approvato entro il 2028 per coprire l'Ue fino al 2034. Va tenuto presente che circa i 2/3 di questo bilancio sono dedicati alla politica agricola e di coesione. Se l'agenda dei prossimi anni dovrà prevedere un rilancio dell'industria militare per fare

fronte a una Russia belligerante, se dovrà essere rispettato almeno in parte il *Green Deal*, se dovranno essere mantenute le promesse di allargamento dell'Ue ai Paesi dell'Est e dei Balcani, che potrebbero portare il numero dei membri a 36, se dovranno essere previsti investimenti per accrescere la competitività nei confronti di Usa e Cina, se, infine, dovrà

È CHIARO CHE DOVRANNO ESSERE TROVATE RISORSE AGGIUNTIVE PER AUMENTARE L'INTERO BILANCIO

1 "il più possibile competitiva e sostenibile".

continuare il sostegno, anche di ricostruzione, nei confronti dell'Ucraina è chiaro che l'attuale bilancio non basterà. Lasciando da parte le richieste di Draghi è chiaro che dovranno essere trovate risorse aggiuntive per aumentare l'intero bilancio. Qui si aprirà un vero e proprio vaso di Pandora anche perché i governi hanno, in materia, il diritto di veto.

Una delle novità del dibattito odierno è come affrontare il tema della difesa del nostro continente. Portato all'attenzione del grande pubblico, a seguito del protratto conflitto russo-ucraino e della maturata consapevolezza di dover rafforzare la base tecnologica e industriale e le Forze armate degli Stati membri in vista delle nuove sfide globali, l'Europa per la prima volta si è posta il problema di come adeguare le istituzioni europee per affrontare questo tema vitale. Ma è evidente che, al di là delle necessità contingenti (guerre in Ucraina e nel Medio Oriente), il tema di una difesa comune implica anche una capacità di governo politico dell'Ue e quindi una revisione dei suoi meccanismi istituzionali. Una sfida quasi impossibile da affrontare.

L'UE DOVRÀ CONTRIBUIRE A GESTIRE IL FENOMENO ORMAI STRUTTURALE DEI FLUSSI MIGRATORI

Infine, l'Ue dovrà contribuire a gestire il fenomeno ormai strutturale dei flussi migratori, conciliando sicurezza delle frontiere esterne ed esigenze di un mercato del lavoro che ha sempre più bisogno di manodopera straniera, come conseguenza di un evidente declino demografico del Vecchio continente.

In sintesi, una serie di sfide di straordinario rilievo che richiederebbero condivisione delle strade da perseguire in sede europea e determinazione ad agire con unità di intenti. La presidente della Commissione è teoricamente uscita rafforzata dalla rielezione a questo cruciale incarico, questa volta, però, non potrà limitarsi a gestire le crisi e gli affari correnti, ma dovrà

imboccare la strada di un ruolo strategico che trasformi l'Ue in un vero e proprio attore globale. Un compito apparentemente impossibile, che probabilmente potrà essere avviato solo attraverso lo strumento delle cooperazioni rafforzate. Insomma una Ue a più velocità con un gruppo di Paesi che avanzi con convinzione sulla strada visionaria tracciata da Draghi. ■





COMMERCIO INTERNAZIONALE, IL RUOLO DELL'UE

TERESA LAFRANCESCHINA Collaboratrice presso il Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale, Delegazione per la Presidenza italiana del G7

Con la supervisione di NICOLA FAGANELLO Ambasciatore d'Italia in Irlanda

La percezione rilevata da un sondaggio dell'Eurobarometro

Lil 24 giugno 2024, la Commissione europea ha pubblicato lo Speciale Eurobarometro n. 544 intitolato “*Europeans' attitudes on trade and EU trade policy*”. È il terzo sondaggio dedicato alla politica commerciale, seguendo i due precedenti pubblicati nel 2010¹ e nel 2019². L'indagine, commis-

sionata dalla Direzione generale del commercio (*DG Trade*), ha l'obiettivo di sondare le percezioni e le priorità dei cittadini europei riguardo al commercio globale, alla politica commerciale dell'Ue e alle implicazioni della globalizzazione e delle dinamiche geopolitiche.

Il sondaggio è stato condotto tra il 12 gennaio e il 4 febbraio 2024 e ha coinvolto 26.601 cittadini europei, di cui 1.031 italiani, appartenenti a diversi gruppi sociali e demografici. È stato realizzato utilizzando la metodologia delle indagini Eurobarometro *standard*, condotte dalla Direzione generale della comunicazione (*DG Communication*), con interviste “*face-to-face*”

¹ Si veda Commissione europea, Speciale Eurobarometro n. 357, *International Trade, 2010*, <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=39342>.

² Si veda Commissione europea, Speciale Eurobarometro n. 491, *Europeans' attitudes on Trade and EU trade policy, 2019*, <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=71380>.

ce" nella lingua nazionale, su un campione rappresentativo e randomizzato.

Percezione del commercio internazionale e della globalizzazione

Più di sei europei su dieci traggono vantaggi dal commercio internazionale.

Secondo l'Eurobarometro, un numero crescente di cittadini europei ritiene di trarre vantaggi dal commercio internazionale, grazie a una maggiore varietà di scelta per i consumatori e alla disponibilità di prodotti importati a prezzi più convenienti. In 25 Stati membri, oltre la metà degli intervistati afferma di beneficiare del commercio internazionale e le percentuali più elevate si registrano in Svezia (89%) e in Lussemburgo (84%). Al contrario, l'Italia e la Slovenia sono gli unici Paesi in cui la maggior parte degli intervistati ritiene di non trarre benefici. In Italia, solo il 45% degli intervistati dichiara di beneficiare del commercio internazionale, una percentuale ancora limitata rispetto alla media europea del 62%. Nonostante ciò, l'Italia ha registrato l'aumento più significativo rispetto all'analogo dato 2019, con un incremento di 10 dieci punti percentuali, un dato

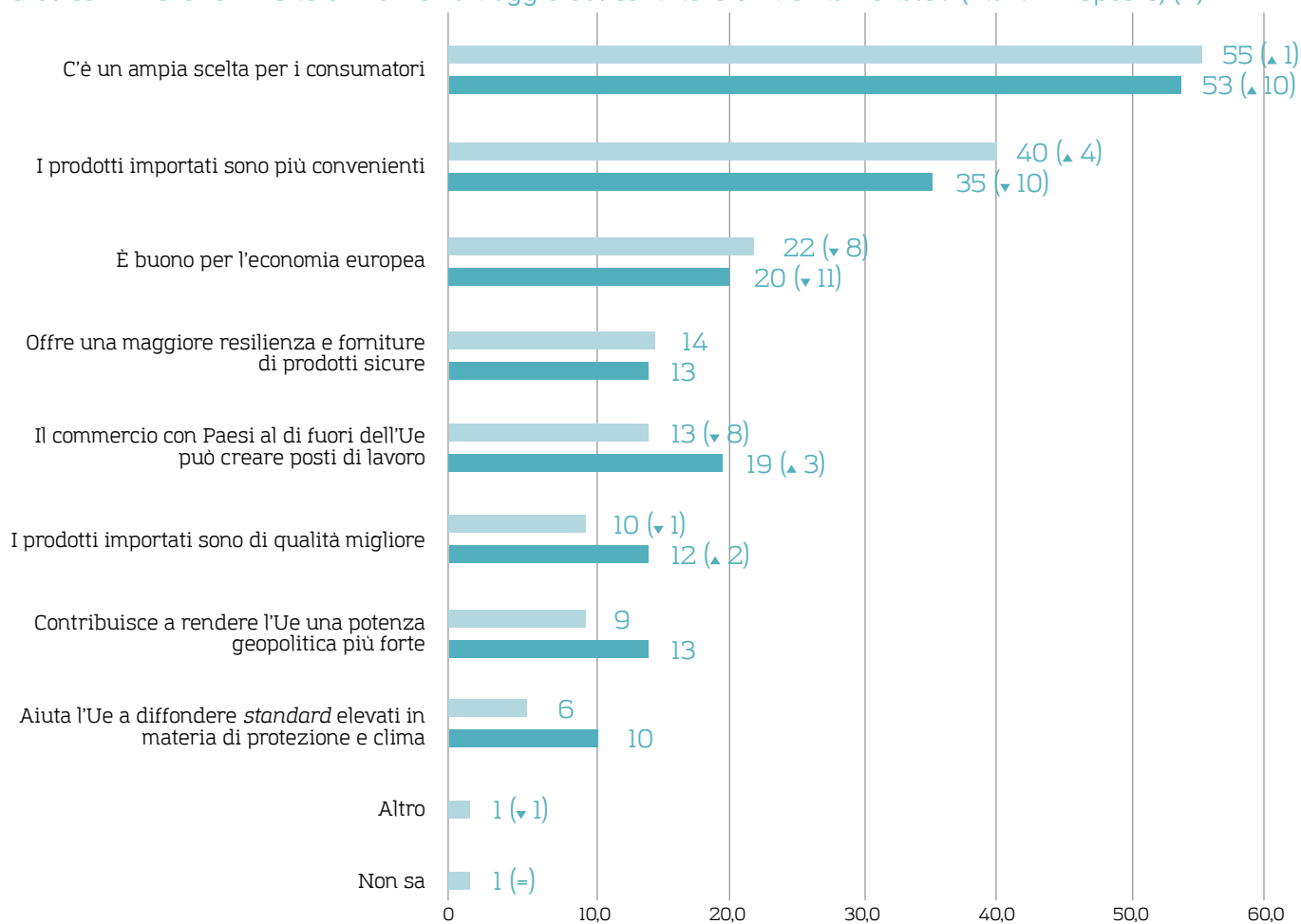
molto incoraggiante. Tra coloro che ritengono di trarre benefici, le principali ragioni indicate sono una più ampia scelta per i consumatori (53%), seguita dalla disponibilità di prodotti importati a prezzi più convenienti (35%) e dai benefici per l'economia europea nel suo complesso (20%) (Grafico 1).

Per quanto riguarda le azioni che l'Ue potrebbe intraprendere per ampliare i benefici del commercio internazionale, gli italiani intervistati suggeriscono di limitare le importazioni che potrebbero danneggiare i produttori, gli agricoltori e i lavoratori dell'Ue (26%); ridurre la dipendenza dell'Ue da altri Paesi per le importazioni di prodotti rilevanti (22%); assicurare che tutti i beni importati rispettino gli elevati *standard* dell'Ue in materia di sicurezza dei prodotti, salute, lavoro, ambiente e clima (22%).

Più di otto europei su dieci ritengono che le norme commerciali internazionali siano necessarie.

La maggior parte degli intervistati nell'Ue concorda sulla necessità di un sistema di norme sul commercio internazionale. I maggiori consensi si registrano in Svezia (94%), Paesi Bassi (94%) e Finlandia (93%), mentre i valori più bassi si registrano in Lituania (70%) e Lettonia (68%).

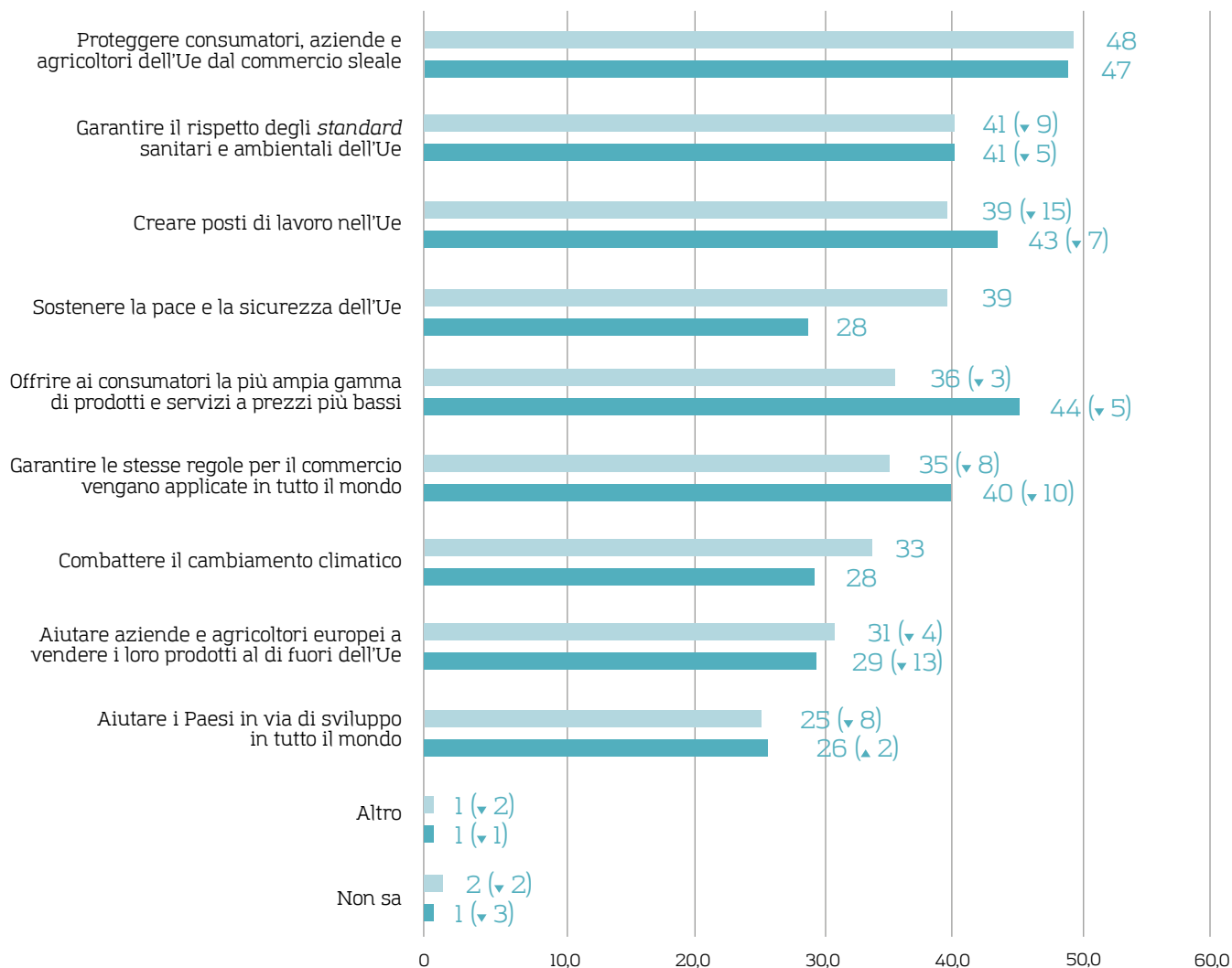
Grafico 1 - Perché ritiene di trarre vantaggio dal commercio internazionale? (max. 2 risposte) (%)



Fonte: Commissione europea, Gli atteggiamenti degli europei sul commercio e la politica commerciale dell'Ue, 2024

■ EU27 ■ IT

Grafico 2 - Secondo Lei, quali dovrebbero essere le principali priorità della politica commerciale dell'Unione europea negli anni a venire? Per prima cosa? Altro? (%)



Fonte: Commissione europea, Gli atteggiamenti degli europei sul commercio e la politica commerciale dell'Ue, 2024.

■ EU27 ■ IT

In Italia si registra una percentuale del 79% degli intervistati, avvicinandosi alla media europea dell'82%. Nel dettaglio, il 47% degli italiani afferma la necessità di un sistema di norme che garantisca condizioni di parità (il cosiddetto "level playing field") alle imprese operanti in ambito internazionale, tuttavia secondo il 32% sarebbe ingenuo aspettarsi che tutti i Paesi e le aziende rispettino tali norme. Inoltre, il 19% degli italiani sostiene che ogni Paese dovrebbe ottenere da sé i migliori affari, senza un sistema di norme commerciali internazionali, un dato più elevato rispetto alla media europea del 14%.

Percezione del ruolo dell'Ue nel commercio internazionale

Tre europei su quattro il ruolo dell'Ue nel negoziare e difendere gli interessi commerciali degli Stati membri su base collettiva.

I risultati dell'Eurobarometro mostrano un ampio consenso tra

i cittadini europei sul ruolo dell'Ue nella difesa degli interessi commerciali degli Stati membri a livello globale, rispetto all'intervento dei singoli Stati. I risultati variano dal 90% nei Paesi Bassi al 59% in Romania, con una media europea del 74%. Rispetto al 2019, l'incremento più significativo si registra in Italia, con 14 punti percentuali, dove il 70% degli intervistati dichiara di sostenere l'approccio unificato dell'Ue.

Due terzi degli europei confidano che l'Ue conduca la propria politica commerciale in modo aperto e trasparente.

Anche la fiducia nell'Ue nel condurre la sua politica commerciale in modo trasparente e aperto ha registrato un aumento significativo. Il livello di fiducia varia notevolmente da uno Stato membro all'altro, dall'87% in Portogallo fino al 44% in Lettonia. A livello nazionale, si osserva una crescente fiducia degli italiani nella capacità dell'Ue di navigare in un panorama commerciale globale sempre più complesso e di rappresentare i

suoi Stati membri efficacemente sulla scena internazionale. Con una percentuale del 70%, gli italiani si rivelano più ottimisti rispetto alla media europea, che si attesta al 65%.

Tra le priorità della politica commerciale dell'Ue, i cittadini europei collocano al primo posto la protezione di consumatori, aziende e agricoltori dell'Ue dalle pratiche di commercio sleale attuate da Paesi terzi (48%). Anche in Italia, quasi la metà degli intervistati (47%) condivide questa priorità, seguita dall'offerta ai consumatori di una più ampia gamma di prodotti e servizi ai prezzi più bassi (44%) e dalla creazione di più posti di lavoro nell'Ue (43%) (Grafico 2).

In materia di investimenti esteri, i cittadini europei concordano sull'importanza di garantire che gli investimenti esteri nell'Ue non compromettano gli interessi europei. In particolare, si rileva un forte sostegno (70%) per le aziende extra-Ue che investono negli Stati membri, così come per le aziende europee che investono al di fuori dell'Ue (64%), creando nuove opportunità di investimento in Paesi terzi attraverso

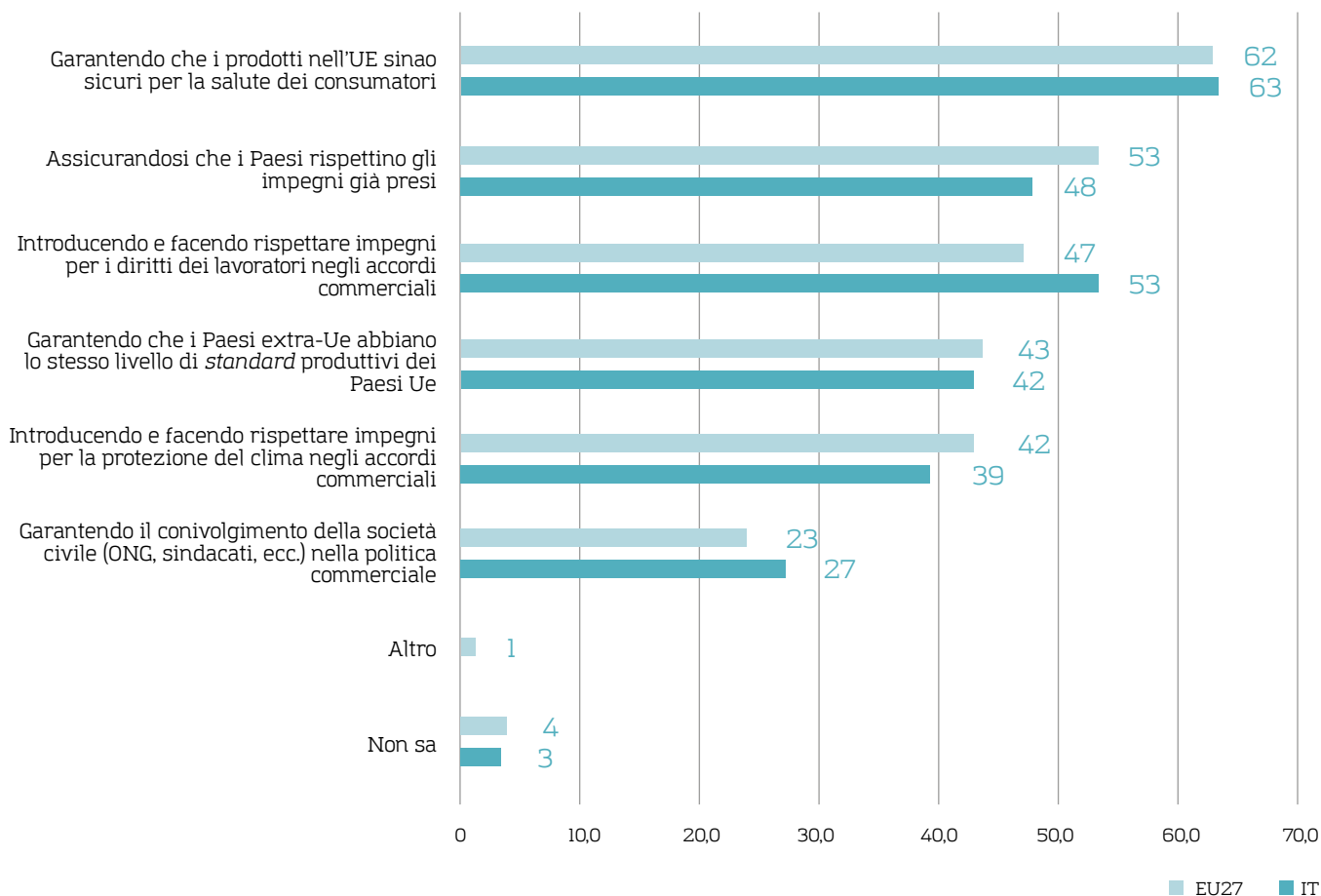
gli accordi commerciali. In Italia, il 66% degli intervistati è favorevole agli investimenti da parte di aziende straniere negli Stati membri, per favorire la crescita economica e la creazione di posti di lavoro.

Direzione desiderata del commercio internazionale

In che modo la politica commerciale dell'Ue può contribuire allo sviluppo sostenibile? Gli accordi commerciali sono anche strumenti per promuovere la tutela dell'ambiente, i diritti umani e gli *standard* di sicurezza sociale. Dai risultati dell'Eurobarometro emerge una marcata preferenza per gli accordi commerciali che affrontano le sfide globali legate alla sostenibilità.

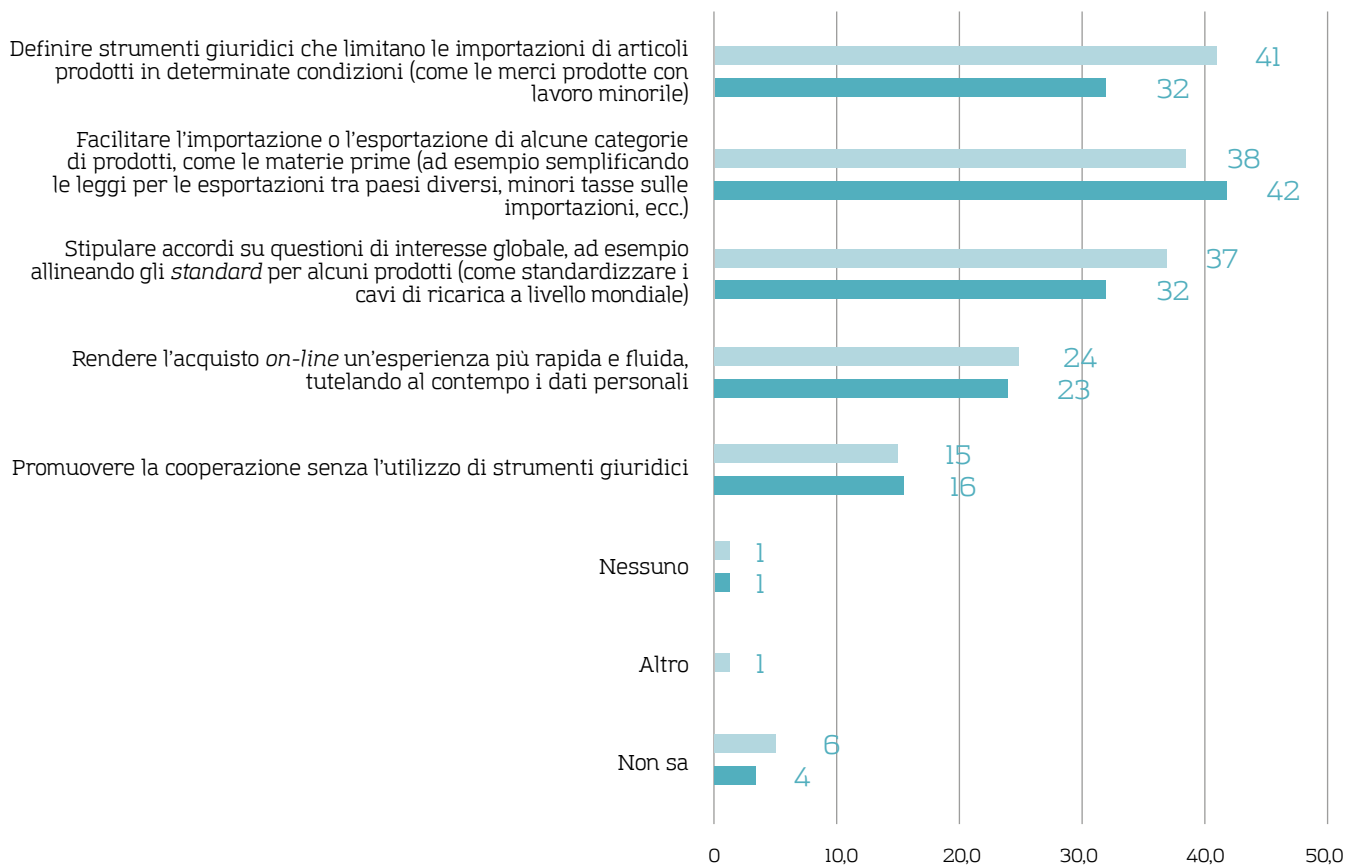
Più della metà degli intervistati nell'Ue (62%) e in Italia (63%) ritiene che la politica commerciale europea dovrebbe garantire la sicurezza dei prodotti importati per la salute dei consumatori. Questi dati riflettono una crescente consapevolezza e richiesta di qualità e sicurezza nelle pratiche commerciali da parte dei consumatori (Grafico 3).

Grafico 3 - L'Ue si impegna a utilizzare la propria politica e i propri accordi commerciali per far progredire la sostenibilità a livello mondiale (ad esempio, proteggendo l'ambiente, il clima o i diritti dei lavoratori). Secondo Lei, in che modo la politica commerciale dell'Ue può raggiungere al meglio tale obiettivo? Per prima cosa? E poi?



Fonte: Commissione europea, *Gli atteggiamenti degli europei sul commercio e la politica commerciale dell'Ue*, 2024

Grafico 4 - In passato, gli accordi commerciali miravano a rendere il commercio più economico rimuovendo i dazi su beni e servizi. Pensando al futuro, su cosa dovrebbero concentrarsi gli accordi commerciali, secondo Lei? (%)



Fonte: Commissione europea, *Gli atteggiamenti degli europei sul commercio e la politica commerciale dell'Ue, 2024*

■ EU27 ■ IT

Inoltre, la maggior parte degli intervistati nell'Ue (35%) e in Italia (30%) ritiene che, oltre a favorire gli scambi commerciali dell'Ue con i Paesi terzi, la politica commerciale europea debba tutelare la salute di persone, animali e piante - ad esempio, introducendo tariffe o divieti di importazione. Tra le altre priorità, secondo gli italiani, le misure commerciali dovrebbero contribuire alla tutela della sicurezza nazionale (29%), alla protezione delle tecnologie sensibili (22%) e alla lotta al cambiamento climatico (18%).

Nel complesso, secondo le preferenze espresse dai cittadini europei, la politica commerciale dovrebbe non solo rafforzare l'economia europea, ma anche salvaguardare gli *standard* di sostenibilità sociale e ambientale.

Oltre quattro europei su dieci sono favorevoli a misure di commercio etico.

In passato, gli accordi commerciali miravano a ridurre i costi degli scambi, eliminando le tariffe su beni e servizi. Invece, secondo il 41% degli europei, i futuri accordi commerciali do-

vrebbero includere misure commerciali con finalità anche etiche, limitando le importazioni di prodotti fabbricati in determinate condizioni, come il lavoro minorile. Il maggior sostegno alla limitazione delle importazioni si registra in Svezia (69%) e Paesi Bassi (62%), mentre il minor sostegno in Lituania (27%) e Lettonia (17%).

Diversamente, il 42% degli intervistati in Italia preferirebbe che i futuri accordi facilitassero l'importazione o l'esportazione di determinate categorie di prodotti, come le materie prime, semplificando le leggi per le esportazioni o riducendo le tasse sulle importazioni (Grafico 4).

Di fronte all'aumento delle tensioni geopolitiche, cosa dovrebbe fare l'Ue in materia di commercio internazionale? Gli intervistati nell'Ue (42%) e in Italia (40%) concordano sulla necessità di diversificare le fonti di approvvigionamento per le materie prime critiche - come il litio, importante per le batterie delle auto elettriche - promuovendo catene di approvvigionamento sostenibili e sicure. I risultati evidenziano una crescente con-



sapevolezza dei cittadini europei riguardo alle vulnerabilità strategiche derivanti dall'eccessiva dipendenza da determinati Paesi. (Grafico 5).

Opinioni sul ruolo dell'UE nella difesa della sua sicurezza economica

Sei europei su dieci ritengono che si debbano applicare dazi tariffari più elevati ai Paesi e alle imprese straniere che non rispettano le regole commerciali internazionali.

La dimensione difensiva della politica commerciale europea si conferma una priorità, attraverso il rafforzamento della "sicurezza economica" e l'adozione di misure protezionistiche. Infatti, più della metà degli intervistati nell'Ue (61%) e in Italia (53%) supporta l'aumento dei dazi doganali sulle importazioni per salvaguardare la competitività delle industrie e l'occupazione nell'Ue, oltre a proteggere le imprese europee dalle pratiche commerciali sleali, nel caso in cui altri Paesi aumentino i dazi sulle esportazioni dell'Ue. Invece, il 45% degli italiani è contrario all'aumento dei dazi, sostenendo che ciò compor-

terebbe un aumento dei prezzi per consumatori e aziende, creando un circolo vizioso con dazi sempre più elevati.

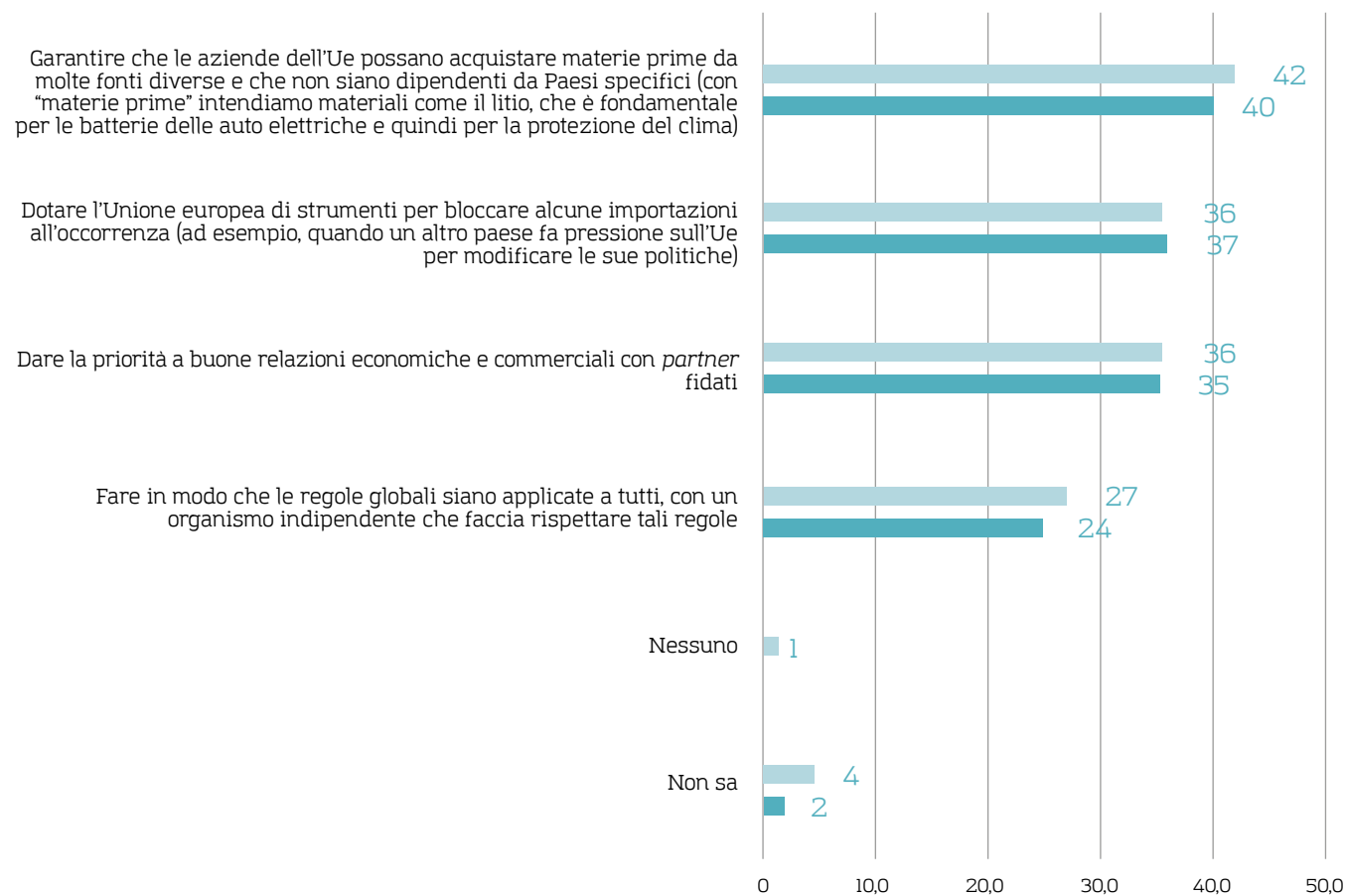
Fonti di informazione sulla globalizzazione e sul commercio internazionale

Per valutare il livello di coinvolgimento dell'opinione pubblica in materia di globalizzazione e commercio internazionale, è stato chiesto agli intervistati se avessero sentito, visto o letto notizie su questi argomenti negli ultimi 12 dodici mesi. A livello europeo, i Paesi con il più elevato livello di informazione sono Finlandia (78%) e Svezia (75%), mentre i Paesi in cui si registra il livello più basso sono Bulgaria e Polonia (entrambi 24%).

Oltre la metà degli europei (54%) dichiara di non informarsi regolarmente su questi argomenti. In Italia, il livello di coinvolgimento è ancora più basso, con il 65% degli intervistati che afferma di non aver ricevuto informazioni recentemente.

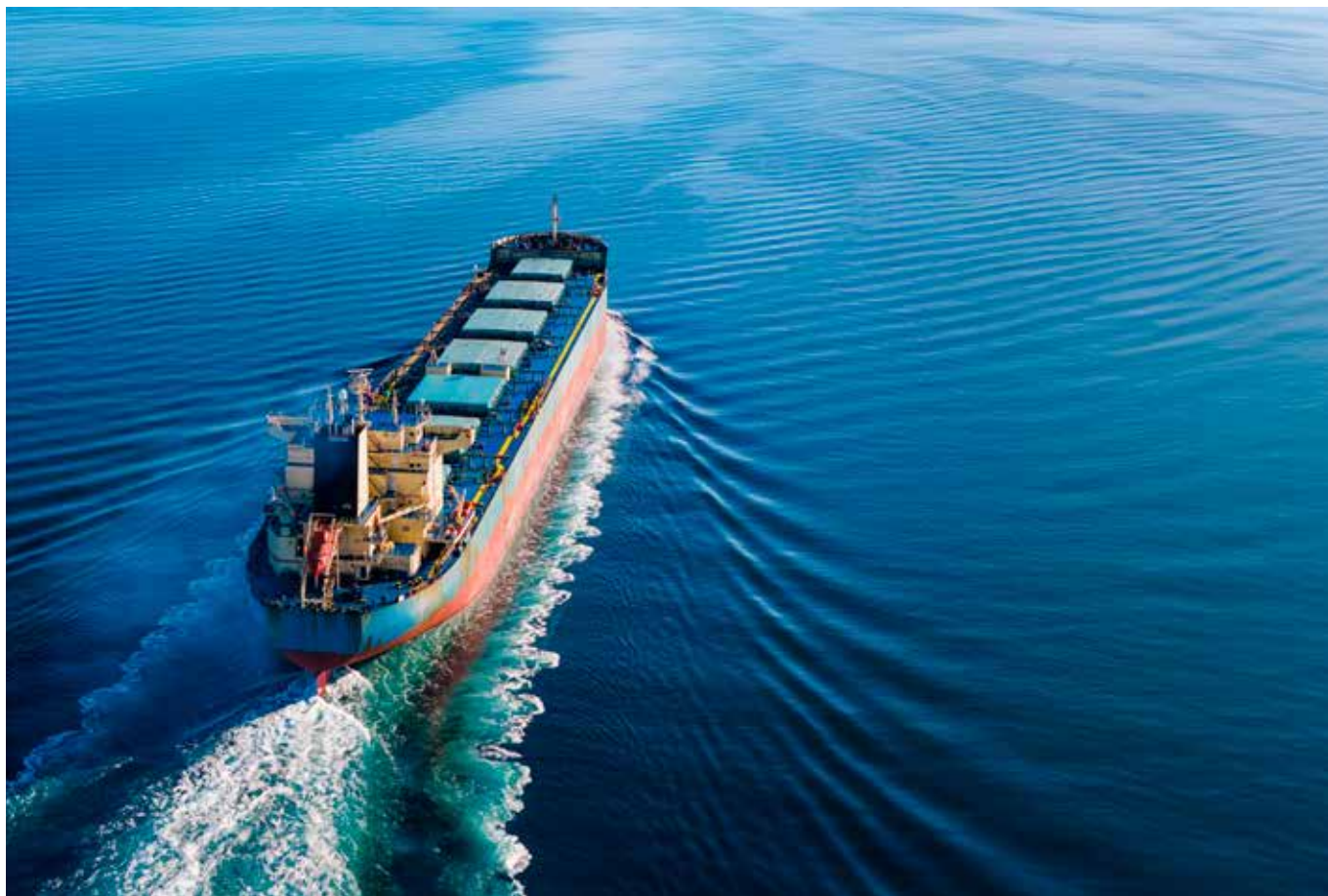
In linea con la media europea, anche in Italia la televisione rimane la principale fonte di informazione (60%), sottolineando

Grafico 5 - In vista dell'aumento delle tensioni geopolitiche, cosa pensa che dovrebbe fare l'UE in merito al commercio internazionale?



Fonte: Commissione europea, Gli atteggiamenti degli europei sul commercio e la politica commerciale dell'Ue, 2024

■ EU27 ■ IT



il suo continuo dominio nella diffusione di notizie e informazioni sull'attualità, seguita da siti Internet (21%), giornali e riviste (8%) e *social network* (8%).

Risultati

Nel complesso, dall'indagine dell'Eurobarometro si rileva un forte sostegno al ruolo dell'Ue nella gestione delle dinamiche commerciali globali, con un interesse a ottenere benefici sociali più ampi tramite la politica commerciale e una consapevolezza critica degli imperativi strategici posti dalle tensioni geopolitiche. Nonostante questa tendenza positiva, rimangono le disparità tra gli Stati membri: i Paesi dell'Ue settentrionali e occidentali tendono a considerare i maggiori benefici dal commercio internazionale, mentre i Paesi meridionali e orientali mostrano un maggiore scetticismo.

In Italia, gli intervistati mostrano un atteggiamento generalmente positivo verso il commercio internazionale, ma esprimono preoccupazioni riguardo ai possibili effetti negativi sulla produzione locale e sull'occupazione.

I risultati riflettono anche una popolazione europea sempre più informata sulla politica commerciale e sottolineano la necessità di una politica commerciale dell'Ue che sia reattiva, trasparente e allineata con le diverse priorità dei cittadini europei. ■

Fonti:

Commissione europea, *Europeans' attitudes on trade and EU trade policy*, <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=92818>

Commissione europea, *Gli atteggiamenti degli europei sul commercio e la politica commerciale dell'Ue*, <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=92804>

Commissione europea, *Eurobarometer shows most EU citizens benefit from international trade*, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_24_3431

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, *Politica Commerciale Comune*, https://www.esteri.it/it/politica-estera-e-cooperazione-allo-sviluppo/politica_europea/politica-commerciale-internazionale/#::-:text=Il%20Ministero%20degli%20Affari%20Esteri%20e%20della%20Cooperazione,tale%20sede%20gli%20interessi%20dei%20settori%20produttivi%20nazionali

