Allianz

Allianz Bank
Financial Advisors

AB Review

Focus su:

6 Strategie e mercati // **52** Valori ed eccellenze
72 Competenze // **104** Passioni

In collaborazione con Harvard Business Review ITALIA

ABREVIEW_2022_01

AB Review | 2022 – N° 1

Allianz

Allianz Bank
Financial Advisors

AB Review

Focus su:

6 Strategie e mercati // **52** Valori ed eccellenze
72 Competenze // **104** Passioni

In collaborazione con Harvard Business Review ITALIA

Indice

AB Review

2022 – N° 1

5 Editoriale

Letture di viaggio per il nostro Tempo - Paola Pietrafesa

6 Strategie e mercati

Come ridurre i rischi di stagflazione - Marcello Messori

Investimenti consapevoli - a cura di PIMCO

Plastica: da problema a opportunità - Kofi Kodua

Alla scoperta del Metaverso - Roberto Bragiotto

Il decollo della Space Economy - Raffaele Mauro

Ultracentenari e felici - a cura della Redazione

52 Valori ed eccellenze

L'eccellenza nel brand - a cura della Redazione

Un impegno a 360° di inclusione e valorizzazione di genere - a cura della Redazione

Di nuovo al fianco dei più deboli - a cura di Fondazione Allianz UMANA MENTE

Alla conquista del Grande Nord - a cura della Redazione

72 Competenze

Matteo Galeotti nominato Head of Wealth & Corporate Advisory di Allianz Bank - a cura della Redazione

Grandi orizzonti immobiliari - intervista ad Angelo Cinel

Accompagnare la ripresa delle imprese con l'invoice trading - Fabio Bolognini

Nature Co-Design: una nuova rivoluzione industriale "generativa" - Carlo Bagnoli e Massimo Portincaso

Tecnologie indossabili e sostenibilità - Laura Maria Tonelli

104 Passioni

Totò tra magia e realtà - intervista ad Antonello Buffardi De Curtis

Superdonne in sella a "superbike" - intervista a Sabrina Zuppelli Cristofoli

L'arte di costruire un futuro sostenibile - Carlo Alberto Pratesi e Andrea Geremicca

Arte contemporanea: un anno da record - a cura del team Arte dello studio legale Pavesio e Associati with Negri-Clementi

132 **Costruiamo relazioni che durano**

AB Review 2022 - N° 1

Coordinamento editoriale
Comunicazione Esterna
Allianz Bank Financial Advisors S.p.A.
Piazza Tre Torri, 3
20145 Milano

Con la collaborazione di
Direzione Comunicazione e Rapporti
con le Istituzioni Allianz S.p.A.

Impaginazione e grafica
Marco Agnisetta, HBR Italia

Stampa
Industria Grafica GraphicScalve S.p.A.
Loc. Ponte Formello Vilminore di Scalve (BG)

Disclaimer
I testi sono stati realizzati da Harvard Business Review Italia
sulla base di documentazione Allianz e Allianz Bank Financial Advisors.

I contenuti presenti nel documento riportano le opinioni dell'autore, che potrebbero cambiare nel tempo e che hanno in ogni caso carattere meramente informativo.

La stesura dei testi di questo documento si è conclusa il 31 marzo 2022.

È vietata la pubblicazione e la duplicazione intera o parziale dei testi e delle immagini.

www.allianzbank.it

Allianz | Allianz Bank Financial Advisors

In collaborazione con Harvard Business Review ITALIA

Letture di viaggio per il nostro Tempo

ph. Laila Pozzo

Gentili Clienti,

i contenuti del brand magazine *AB Review* confermano la continua ricerca nell'offrire un'interpretazione attenta e critica sul nostro Tempo, anche in momenti come l'attuale, caratterizzati da grandi incertezze. Troverete in questo numero della rivista numerosi approfondimenti su temi multidisciplinari e stimolanti.

Affronteremo i meccanismi che governano la nostra mente per prendere decisioni razionali nelle scelte d'investimento. La presente situazione, contraddistinta da un'elevata volatilità dei mercati, rende infatti ancora più importante affidarsi a fonti autorevoli e a voci esperte. La professionalità e le competenze dei nostri Consulenti Finanziari li rendono una guida fidata per accompagnare voi Clienti nella pianificazione finanziaria.

Sul piano della sostenibilità e della crescente attenzione nei confronti della tutela ambientale, vi accompagneremo alla scoperta di processi produttivi alternativi, come il sistema di smaltimento circolare delle microplastiche.

La responsabilità etica delle imprese si traduce non solo nella tutela delle risorse naturali, ma anche in azioni concrete per creare un ambiente di lavoro inclusivo. A tal fine, Allianz Bank Financial Advisors ha rafforzato il proprio impegno a sostegno dei principi di *Inclusion & Diversity*. In particolare, vi descriveremo il progetto avviato per la valorizzazione delle donne, articolato su diversi aspetti, tra cui lo sviluppo di un modello di analisi volto a promuovere la parità di genere nella nostra rete di Consulenti Finanziari.

Un altro argomento di grande attualità riguarda la longevità e il miglioramento della qualità della vita. Ciò si riflette non solo nelle invenzioni realizzate, ad esempio nel settore delle tecnologie indossabili, ma anche nel bisogno di predisporre strumenti finanziari più appropriati nell'ambito della longevità.

In un'ottica di continua evoluzione, Allianz Bank innova costantemente i propri servizi investendo sul digitale e su un approccio consulenziale olistico, volto a ricomprendere tutti i bisogni del Cliente. In particolare, la formazione di un modello di servizio esclusivo, sviluppato per i Clienti imprenditori, rappresenta un vero e proprio ecosistema di partnership per la gestione integrata delle esigenze della clientela ad alta patrimonializzazione e di quelle dell'impresa.

Racconteremo poi la solidità del marchio Allianz, che negli ultimi anni ha guadagnato posizioni di sempre maggior rilievo in ambito sia assicurativo sia finanziario. Il brand Allianz dimostra, così, una forte resilienza e capacità di offrire valore alle persone, alle aziende e al mercato in generale.

Infine, rinnovando la passione per la cultura, daremo voce ad alcuni protagonisti della storia del cinema italiano e illustreremo gli ultimi trend dell'arte contemporanea.

Concludo con l'augurio che la lettura di questo magazine sia per Voi un valido contributo per approfondire temi utili e attuali, grazie anche alla rinnovata collaborazione con *Harvard Business Review Italia*. Vogliamo così offrirvi sempre nuovi spunti di riflessione su ciò che ci circonda.

Paola Pietrafesa
Amministratore Delegato Allianz Bank Financial Advisors S.p.A.

Strategie e mercati

8 **Come ridurre i rischi di stagflazione**
Marcello Messori

14 **Investimenti consapevoli**
a cura di PIMCO

20 **Plastica: da problema a opportunità**
Kofi Kodua

28 **Alla scoperta del Metaverso**
Roberto Bragiotto

34 **Il decollo della Space Economy**
Raffaele Mauro

42 **Ultracentenari e felici**
a cura della Redazione

Focus

La crescita economica del 2022, in Italia e altrove, era già prevista in leggero rallentamento, dopo il rimbalzo del 2021. Ma il conflitto russo-ucraino determinerà un ulteriore declino, per ora difficile da quantificare, accompagnato da maggiore inflazione e aumento dei tassi d'interesse. In questo contesto, occorrerà elevata cautela negli investimenti, con l'ausilio di esperti capaci di consigliare soluzioni adeguate.

I settori traenti per i prossimi anni restano quelli a maggiore dinamica di crescita: la tutela dell'ambiente, con una focalizzazione su riciclo e riuso delle plastiche; le tecnologie più avanzate, compresa la nuova economia dello spazio; il benessere delle persone in un'ottica di longevità.
Mentre fanno capolino le nuove prospettive del Metaverso.

Come ridurre i rischi di stagflazione*

Di Marcello Messori

* Questo articolo è stato chiuso in redazione il 25 febbraio 2022

Dopo il marcato rimbalzo del 2021, la ripresa economica nel 2022 sarà meno dinamica e dovrà affrontare alcuni passaggi problematici in termini di minore crescita e maggiore inflazione. Le conseguenze della guerra russo-ucraina incideranno ulteriormente, con riflessi che saranno avvertiti soprattutto nell'Unione europea.

Pur se con disparità territoriali, anche legate ai diversi impatti pandemici e ai connessi andamenti negativi nazionali del 2020, il 2021 ha fatto segnare un significativo rimbalzo delle economie della UE.

L'aggressione dell'Ucraina da parte della Russia ha segnato una drammatica irruzione delle variabili geopolitiche in un quadro economico che, pur se fra molte incertezze, aveva superato la depressione più grave degli ultimi due secoli e stava gettando le basi per una ripresa e per uno sviluppo sostenibile di lungo periodo. L'area economica che sarà maggiormente colpita da una guerra che lambisce i suoi confini orientali è l'Unione europea (UE). Concentrerò quindi l'analisi sui maggiori rischi economici che la UE dovrà affrontare a partire dagli squilibri post-pandemici e dalle politiche economiche messe in campo per superarli. Trascurerò invece le implicazioni, pur rilevanti, che questa guerra potrà avere per l'evoluzione del conflitto economico fra gli Stati Uniti e la Cina nei mercati internazionali e per la stessa agenda internazionale della UE.

Le risposte di politica economica: l'emergenza

Pur se con disparità territoriali, anche legate ai diversi impatti pandemici e ai connessi andamenti negativi nazionali del 2020, il 2021 ha fatto segnare un significativo rimbalzo delle economie della UE. Tale rimbalzo ha permesso all'area dell'euro (EA) di superare – in media – i livelli di Prodotto Interno Lordo (PIL) raggiunti alla fine del 2019, ma non di ricollocarsi sul sentiero di crescita realizzato dopo l'uscita dalla crisi finanziaria e "reale" internazionale (2007-2009) e dalla connessa crisi europea (2010-2013). Le principali determinanti di questa rapida reazione allo *shock* pandemico sono riconducibili alle scelte di politica economica messe in campo sia a livello europeo che a livello nazionale per rispondere alla crisi prodotta dal Covid-19; l'esigenza di recuperare le tendenze di crescita di lungo periodo in un quadro istituzionale e sociale profondamente modificato dalla pandemia spiega lo sforzo di lanciare iniziative europee di *governance* di portata innovativa e strategica.

Qui non è necessario ripercorrere, nel dettaglio, le decisioni di politica monetaria adottate dalla Banca Centrale Europea (BCE) fra marzo 2020 e dicembre 2021. Basti ricordare che i programmi di acquisto di titoli del debito pubblico sui mercati finanziari secondari, già in atto (con una breve interruzione) da marzo 2015, sono stati rafforzati mediante un programma di emergenza (il cosiddetto PEPP) più volte ampliato; e che i già generosi rifinanziamenti del settore bancario, rimodellati con successo da aprile 2016, sono stati ulteriormente articolati ed estesi, così da assicurare una straordinaria immissione di liquidità a basso costo nel sistema economico europeo. Tali ingenti disponibilità liquide e, soprattutto, la propensione della BCE ad assorbire incrementi negli *stock* di titoli pubblici degli stati membri più fragili della EA si sono accompagnate (sempre nella primavera del 2020) alla sostanziale "sospensione" delle preesistenti regole fiscali europee (il Patto di

Stabilità e Crescita) e all'allentamento dei vincoli sugli aiuti di stato (il Temporary Framework). Ciò ha consentito di attuare politiche espansive di bilancio (politiche fiscali) anche in paesi a elevato debito pubblico; e queste politiche nazionali hanno trovato complemento in politiche europee per il sostegno dei redditi di lavoratori temporaneamente disoccupati (il programma SURE) e per incentivi agli investimenti.

Le risposte di politica economica: la scommessa sul futuro

Il risultato di tale inusuale combinazione fra una politica monetaria ultra-espansiva e politiche fiscali nazionali altrettanto espansive è stato che, nonostante la drammaticità della crisi pandemica, nel 2020-2021 la ricchezza delle famiglie è aumentata e le banche hanno rafforzato i loro bilanci. A ciò si aggiunga che, pur essendo state profondamente e variamente colpite, anche molte delle più efficienti o più protette imprese europee della manifattura e dei servizi non finanziari sono state in grado di superare la crisi. Questa capacità di resistenza non implica, però, che i sistemi economici della UE abbiano saputo adattarsi alle dinamiche post-pandemiche senza soluzione di continuità. La straordinaria iniziativa di medio termine Next Generation EU (NGEU), lanciata dalle istituzioni europee fra la primavera e l'autunno del 2020 e diventata operativa nell'estate del 2021, ha appunto l'obiettivo di sostenere la difficile transizione dalle risposte di breve termine alle radicali e complesse riorganizzazioni di medio-lungo termine in un assetto economico-sociale radicalmente mutato.
In particolare, il programma più importante di NGEU, ossia il Recovery and Resilience Facility (RRF), i Piani Nazionali di Ripresa e Resilienza (PNRR), che sono la chiave di accesso

alle risorse di tale programma da parte dei singoli stati membri della UE, definiscono quei percorsi di transizione "verde", di trasformazione digitale e di inclusione sociale che sono necessari per collocare l'economia europea su un sentiero di sviluppo sostenibile di lungo periodo.
Pur avendo un orizzonte temporale limitato al 2026, NGEU e RRF rappresentano uno strumento di profonda innovazione nella politica economica della UE. Essi si configurano, infatti, come una capacità fiscale a livello accentrato che poggia sull'emissione di un debito europeo (da estinguere entro il 2058).
Combinandosi con intonazioni già molto espansive della politica monetaria della BCE e delle politiche fiscali nazionali, questi programmi accentrati danno la misura dell'importanza del nuovo *policy mix* europeo nella risposta alla crisi pandemica.

I problemi della ripresa

L'efficacia del *policy mix*, disegnato dalle istituzioni europee, non ha potuto evitare che i passaggi dal rimbalzo del 2021 a una più sostanziosa ripresa introducessero fattori di incertezza e di instabilità nel sistema economico della UE e della EA. Anzi, il lancio delle ambiziose transizioni sopra accennate ha acuito gli squilibri economici. Così, nel corso del 2021, le temporanee "rotture" nei cicli produttivi internazionali (le cosiddette "catene internazionali del valore") e nella logistica derivanti dai vari *shock* pandemici si sono trasformate in strozzature più strutturali che hanno indotto carenze di materie prime e di *input* produttivi, anche a buon contenuto tecnologico, e che hanno limitato la crescita dell'offerta aggregata specie in paesi "forti" della UE. A fronte di aumenti nella domanda aggregata alimentati dal superamento dei picchi della crisi e dalla forte incidenza delle componenti più liquide nell'accresciuto *stock* di ricchezza finanziaria delle famiglie, la conseguenza macroeconomica più evidente è stata un'impennata nella dinamica dei prezzi che, alla fine del 2021, ha portato il tasso medio annuo di inflazione nella EA a superare il 5%.
L'inflazione europea è, tuttora, largamente imputabile ai forti incrementi nei prezzi dell'energia che sfuggono a un efficace controllo da parte della politica monetaria di un'area economica. Anche a fronte delle decisioni assunte dalla banca centrale statunitense costretta a fronteggiare tassi inflazionistici più elevati di quelli europei e dovuti a un più ampio spettro di fattori, a metà dicembre del 2021 la BCE ha comunque deciso un indebolimento nel tono espansivo della propria politica monetaria con specifico riguardo ai programmi di acquisto dei titoli di debito pubblico; e a inizio febbraio 2022, ossia poche settimane prima dello scoppio della guerra in Ucraina, essa ha segnalato possibili inasprimenti di tali tendenze e un rialzo nei tassi di interesse di *policy* entro l'anno in corso. Anche se non si è tradotta in alcuna decisione effettiva, questa indicazione è stata sufficiente a peggiorare le aspettative di crescita dell'EA per il 2022. Essa ha, infatti, condizionato il tono atteso delle politiche fiscali nazionali dei paesi più fragili dell'EA: senza la "rete di protezione" di massicci acquisti dei titoli pubblici nei mercati finanziari secondari, risulterebbe inevitabile una graduale ma tempestiva restrizione di quelle politiche.
Gli elementi di incertezza e di instabilità, appena discussi, sono stati aggravati dalle difficoltà incontrate nell'esecuzione dei PNRR e del RRF. Innanzitutto, è diventato palese che gli incrementi nei prezzi dell'energia saranno prolungati nel tempo e rafforzati dalla stessa transizione "verde". I cambiamenti dei prezzi relativi fra prodotti energetici da fonti rinnovabili e da fonti tradizionali rendono, infatti,

L'inflazione europea è, tuttora, largamente imputabile ai forti incrementi nei prezzi dell'energia che sfuggono a un efficace controllo da parte della politica monetaria di un'area economica.

L'efficacia del *policy mix*, disegnato dalle istituzioni europee, non ha potuto evitare che i passaggi dal rimbalzo del 2021 a una più sostanziosa ripresa nel 2022 introducessero fattori di incertezza e di instabilità nel sistema economico europeo.

inevitabili forti aumenti nei prezzi delle seconde che precedono la loro piena sostituzione da parte delle prime. Inoltre, sono stati meglio percepiti i costi della transizione "verde" e della trasformazione digitale rispetto alla connessa riorganizzazione dei processi produttivi. L'ineludibile necessità per la UE di mantenere i suoi vantaggi (nei confronti delle aree concorrenti) in termini di minor impatto ambientale e di maggiore protezione sociale e di ridurre i suoi pesanti ritardi (nei confronti di Stati Uniti e Cina) in termini di innovazioni digitali e di intelligenza artificiale richiederà una massiccia sostituzione di beni capitali e un'ampia riqualificazione delle risorse umane, ossia un ingente ammontare di investimenti pubblici e privati e di altre spese. Tali impegni dovranno continuare oltre la fine del RRF; e, anche prima di quella data, essi saranno solo in parte

coperti dai fondi di quel programma. Infine, la realizzazione del PNRR richiede un'efficienza burocratico-istituzionale che gli stati membri più fragili della UE, ossia i maggiori beneficiari del RRF, hanno difficoltà a soddisfare.

Conclusione: la guerra in Europa

Questi squilibri nel passaggio dal rimbalzo a una ripresa post-pandemica e a uno sviluppo sostenibile di medio-lungo termine sono, in larga misura, inevitabili. Fino a qualche giorno fa (rispetto alla data del 25 febbraio 2022), essi potevano quindi apparire come ostacoli impegnativi, ma superabili, in un percorso ambizioso di progresso irreversibile negli assetti economici e istituzionali della UE e dell'EA. L'invasione russa dell'Ucraina rischia, però, di rompere meccanismi tanto delicati. Essa tende, infatti, a rivitalizzare uno spettro che si credeva sepolto dagli anni Settanta del secolo scorso: la compresenza fra recessione/stagnazione dei livelli produttivi ed eccessivi tassi di inflazione (la cosiddetta stagflazione).

La minaccia di stagflazione nella UE consiglia un ripensamento di quelle pur graduali restrizioni di politica monetaria, adombrate dalla BCE a inizio febbraio, e raccomanda cautela ma perseveranza nella realizzazione della transizione verde e digitale del RRF e in ogni altra ridefinizione della *governance* economica europea (per esempio, la revisione delle regole fiscali accentrate entro l'inizio del 2023). Ciò significa che le istituzioni della UE sono chiamate a rispondere a una nuova emergenza, che differisce sia dalla crisi finanziaria internazionale del 2007-2009 sia dalla crisi pandemica del 2020-2021.

Per rispondere alla nuova crisi, si tratta di aggiungere tre tasselli. Primo, è necessario che la politica monetaria garantisca spazi fiscali nazionali adeguati per gestire le carenze energetiche e le altre strozzature negli approvvigionamenti di materie prime derivanti dall'invasione dell'Ucraina. Secondo, è necessario che le istituzioni europee costruiscano un "bene pubblico", per la difesa dell'integrità territoriale dell'Unione, e rafforzino quei meccanismi di condivisione dei rischi che sono essenziali per rafforzare la convergenza e la stabilità fra stati membri in presenza di gravi *shock* esogeni. Terzo, è opportuno che la UE ricalibri il RRF in modo da adattarlo ai nuovi vincoli ma che – al contempo – rafforzi la sua capacità fiscale centralizzata così da rispondere alle sfide poste dal nuovo quadro geopolitico.

Se le istituzioni europee reagissero alla nuova crisi lungo le tre direttrici dette, le nostre preoccupazioni di breve termine rimarrebbero inalterate, ma le nostre aspettative di medio-lungo termine potrebbero tingersi di ottimismo. A costo di scadere in "frasi fatte", la UE saprebbe trasformare una pesante minaccia in un'opportunità di progresso economico-istituzionale.

La minaccia di stagflazione nella UE consiglia un ripensamento di quelle pur graduali restrizioni di politica monetaria, adombrate dalla BCE a inizio febbraio.

Marcello Messori è presidente di Allianz Bank Financial Advisors, Economista, Professore di European Economic Governance alla Luiss, cattedra intitolata a Poste Italiane.

Investimenti consapevoli

A cura di PIMCO

Siamo tutti influenzati da "bias" nelle nostre decisioni. Ma conoscere i meccanismi che governano la nostra mente aiuta a prendere decisioni migliori e a investire in modo più efficace.

Di norma non siamo consapevoli dei meccanismi che regolano, o condizionano, le nostre decisioni, con il rischio di prendere quella sbagliata a causa di pregiudizi, inclinazioni, errori abituali o altri elementi distorsivi inconsci.

Poniamoci una domanda di fondo: quando prendiamo decisioni rilevanti, prevale l'intuito o la capacità di analisi? Saperlo è importante, perché conoscere i meccanismi che presiedono alle nostre decisioni ci aiuta a compiere scelte migliori. Lo psicologo israeliano Daniel Kahneman ha fornito un prezioso contributo di conoscenza in quest'ambito ed è stato insignito nel 2002 del Premio Nobel per l'economia, insieme a Vernon Smith, "per avere integrato risultati della ricerca psicologica nella scienza economica, specialmente in merito al giudizio umano e alla teoria delle decisioni in condizioni d'incertezza". Nel suo libro *Pensieri lenti e veloci*, Kahneman sostiene che le decisioni che prendiamo non sono del tutto basate sulla razionalità e su meccanismi consci. Vi sono, infatti, due modalità con cui opera la nostra mente: il Sistema 1, che è istantaneo, istintivo e attinge alle conoscenze pregresse; e il Sistema 2, più lento, basato sulla logica e su scelte consce (si veda la figura "Mente intuitiva e mente analitica"). Il punto è che anche quando pensiamo di prendere una decisione sulla base di considerazioni razionali, il Sistema 1, con il suo bagaglio di conoscenze, di scorciatoie e di intuizione spesso interviene nelle nostre scelte. Verrebbe da pensare che il Sistema 2 sia quello dominante, ma in realtà a farla da padrone è il Sistema 1, che è al comando per circa il 95% del tempo. Tuttavia, poiché si attiva immediatamente, il Sistema 1 inevitabilmente incappa in problemi e a quel punto interviene il Sistema 2 a dargli manforte. Il Sistema 2 è concepito per monitorare i pensieri e le azioni promosse dal Sistema 1 e può anche controllarli incoraggiando, sopprimendo o modificando i comportamenti. In circostanze normali, il Sistema 2 può prendere il sopravvento sul Sistema 1, ma se il Sistema 1 è altamente emotivo o il Sistema 2 è affaticato o preoccupato, non riesce a tenere sotto controllo il Sistema 1. Lo dice Kahneman, e oggi è una conclusione universalmente accettata.

Le decisioni di investimento

Il sistema 1 è efficiente nello svolgimento di compiti semplici e ripetitivi e nella riproduzione di schemi, ma non eccelle nell'elaborazione di informazioni nuove o complesse. È nei suoi

Quando si tratta di prendere decisioni d'investimento, occorre prestare la massima attenzione ed essere massimamente consapevoli dei meccanismi mentali che ci condizionano.

meccanismi, dunque, che tendono ad annidarsi i bias, ossia quegli errori che non portano mai a decisioni di investimento avvedute. Purtroppo, però, tendiamo inconsciamente ad affidarci all'intuizione e ai meccanismi del Sistema 1 quando prendiamo decisioni di investimento, mentre dovremmo invece rallentare e concentrarci con sforzo consapevole utilizzando le doti analitiche del Sistema 2. Quando stiamo per prendere una decisione d'investimento, dunque, dobbiamo sempre ricordare che il primo impulso non è necessariamente quello giusto. A titolo di esempio, qui di seguito vengono riportati due bias comuni che possono mandare fuori rotta gli

Daniel Kahneman, Premio Nobel per l'economia nel 2002, sostiene che le decisioni che prendiamo non sono del tutto basate sulla razionalità e su meccanismi consci.

Mente intuitiva e mente analitica

SISTEMA 1
LA MENTE INTUITIVA

Incontrollato
Distratto
Associativo
Veloce
Automatico
Inconscio
Fallace

SISTEMA 2
LA MENTE RIFLESSIVA

Controllato
Concentrato
Decisioni complesse
Lento
Autocosciente
Conscio
Segue le regole

obiettivi d'investimento di lungo termine degli investitori.

L'eccesso di fiducia si paga a caro prezzo. Gli investitori spesso analizzano gli andamenti dei cicli di mercato passati nell'errata convinzione di poter prevedere su quella base le evoluzioni future. Ma la nostra conoscenza del passato è a dir poco imperfetta, inoltre la nostra mente non tiene completamente conto del ruolo della casualità. Dunque, inferire che l'evento futuro sarà simile a quello passato è decisamente un errore. La tendenza a esagerare le nostre capacità predittive sul futuro alimenta un eccesso di fiducia ed è uno dei bias prevalenti quando si tratta di decisioni di investimento, con conseguenze che possono essere rovinose. L'eccesso di fiducia porta gli investitori a sottovalutare i rischi e a credere di essere più abili degli altri nel selezionare i titoli o le strategie migliori e i punti di ingresso e di uscita più azzeccati; un atteggiamento che può portare a effettuare investimenti errati, a operare vendite e acquisti con eccessiva frequenza e a una tempistica imperfetta, ottenendo di conseguenza minori rendimenti e mandando fuori rotta i propri obiettivi di investimento a lungo termine.

Il sovraccarico emotivo può giocare brutti scherzi. La volatilità dei mercati unita al profluvio di notizie 24 ore su 24, 7 giorni su 7, può far saltare i nervi agli investitori più provetti, ma lasciarsi dominare dai meccanismi emotivi del Sistema 1 nel prendere decisioni di investimento può portare a risultati disastrosi. Seguire ogni più piccola oscillazione giornaliera dei mercati può rivelarsi sfibrante, ad esempio perché il dolore di piccole perdite frequenti supera il piacere di piccoli guadagni altrettanto frequenti. Prestare meno attenzione ai risultati di breve periodo, concentrandosi invece sugli obiettivi a lungo termine può migliorare la qualità complessiva delle decisioni e dei risultati di investimento.

Bias cognitivi

BIAS DI CONFERMA

Di cosa si tratta?

È la tendenza a ricercare e a notare le informazioni che confermano le nostre convinzioni, ignorando gli aspetti che le mettono in dubbio o contraddicono. Ciò succede per evitare il disagio mentale che si prova quando nuove informazioni entrano in conflitto con le nostre idee o percezioni.

Quali sono gli effetti sugli investitori?

Nel mondo degli investimenti il bias della conferma si manifesta ripetutamente. Gli investitori tendono infatti a ignorare le informazioni negative su determinati titoli, trascurando i segnali di avvertimento che potrebbero aiutarli a prevenire le perdite. Questo bias potrebbe inoltre indurre gli investitori a ignorare le informazioni che corroborano punti di vista differenti e perdere opportunità interessanti.

BIAS DI ANCORAGGIO

Di cosa si tratta?

L'ancoraggio è la tendenza a fare un affidamento eccessivo sulle prime informazioni che si ottengono, con ricadute potenzialmente significative sulle decisioni prese. Una volta assimilate queste prime informazioni, il nostro cervello tende a restarvi ancorato.

Quali sono gli effetti sugli investitori?

Questo bias induce ad affidarsi eccessivamente alle stime originarie anche quando diventano disponibili nuove informazioni. Supponiamo, ad esempio, che l'investitore abbia stimato un utile per azione di 2 Euro per una determinata azienda per l'anno successivo; nel corso dell'anno l'azienda viene a trovarsi in difficoltà ma l'investitore potrebbe non modificare la sua stima iniziale alla luce delle sopravvenute difficoltà.

BIAS NARRATIVO

Di cosa si tratta?

È la tendenza a interpretare le informazioni come parte di una storia più generale o di un modello, a prescindere dai dati fattuali di conferma.

Quali sono gli effetti sugli investitori?

Gli investitori tendono a trascurare le evidenze se sono affascinati dalla storia di un determinato titolo o strategia. Ad esempio, i titoli azionari più ammirati sono quelli con le storie più belle, ma tendono a essere anche i più costosi. Le storie possono affascinare ma è importante valutare tutti gli aspetti prima di prendere una decisione di investimento.

Superare i nostri bias

Acquisire consapevolezza del fatto che tutti siamo influenzati da bias quando prendiamo una decisione è, quindi, il primo passo per vincerli, o quantomeno per provarci. È quasi impossibile liberarcene completamente, ma possiamo ridurne l'impatto individuando i bias cognitivi ed emozionali a cui siamo più soggetti e lavorarci attivamente per vincere i meccanismi inconsci della nostra mente e controllare le nostre emozioni al fine di ottenere migliori risultati.

Quando si tratta, poi, di prendere decisioni d'investimento, occorre prestare la massima attenzione ed essere massimamente consapevoli dei meccanismi mentali che ci condizionano, come descritto in questo articolo. E, nel caso di incertezza, appoggiarsi a investitori professionali che possono consigliare le soluzioni di investimento più opportune.

PIMCO sa da tempo che le conoscenze offerte dalle scienze comportamentali ci rendono investitori migliori. Per questo collabora con il Center for Decision Research della Booth School of Business dell'Università di Chicago che esprime alcune delle idee più brillanti in questo ambito. Si tratta di una partnership attraverso cui PIMCO sostiene diverse autorevoli ricerche accademiche che forniscono preziosi contributi di conoscenza sui meccanismi che presiedono ai comportamenti e alle decisioni umane.

Bias emozionali

BIAS DI ECCESSO DI FIDUCIA

Di cosa si tratta?	Quali sono gli effetti sugli investitori?
È la tendenza a sopravvalutare le proprie capacità, a credere di essere più astuti o più informati di quanto in realtà si sia. L'eccesso di fiducia può indurre nell'errore di equiparare la quantità delle informazioni alla loro qualità e a sentirsi più fiduciosi quando si dispone di molte informazioni anche se di qualità scadente.	L'eccesso di fiducia può indurre a sottovalutare i rischi o a sovrastimare i rendimenti attesi di un investimento. Gli investitori con questo bias tendono inoltre a vendere immediatamente un titolo che li ha delusi e precipitarsi ad acquistarne un altro di cui si sentono sicuri, esagerando anche la frequenza delle negoziazioni.

BIAS DELLO STATUS QUO

Di cosa si tratta?	Quali sono gli effetti sugli investitori?
È il bias emozionale che induce a lasciare tutto inalterato anziché apportare gli opportuni aggiustamenti al mutare delle circostanze. Gli esseri umani preferiscono generalmente lasciare le cose come stanno e questo bias potrebbe agire da freno, impedendo agli investitori di ricercare nuove opportunità quando un cambiamento potrebbe essere vantaggioso.	Gli investitori non disposti a cambiare o ad adattarsi a nuove informazioni potrebbero ritrovarsi con portafogli inadeguati alla loro situazione, magari mantenendo un vecchio investimento non più idoneo per il mutato contesto di mercato.

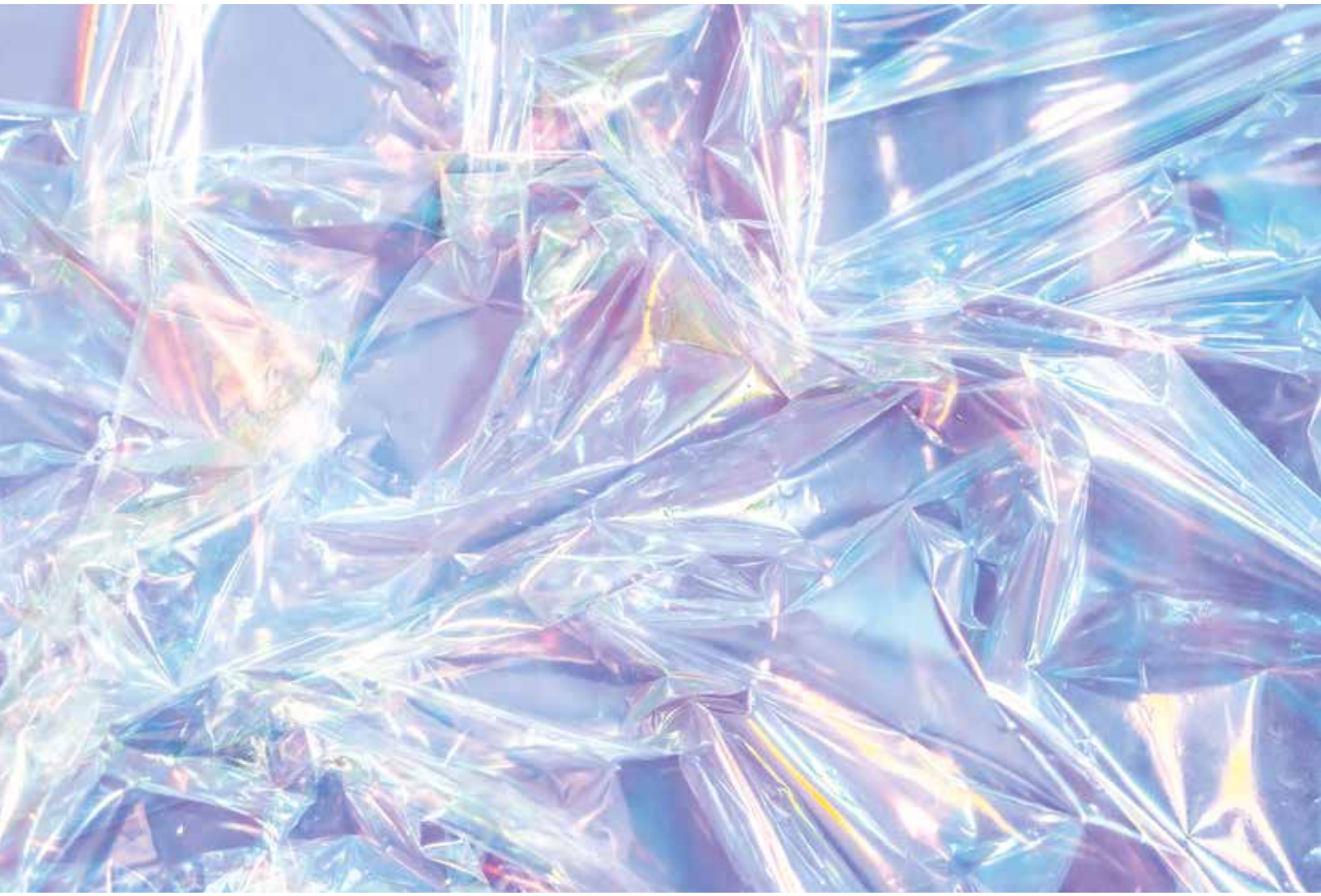
EFFETTO POSSESSO

Di cosa si tratta?	Quali sono gli effetti sugli investitori?
L'effetto possesso induce ad attribuire un valore eccessivo a ciò che già si possiede per il semplice fatto di possederlo. Se il bias del possesso esistesse, il prezzo di acquisto che le persone sarebbero disposte a pagare sarebbe uguale al prezzo di vendita che sarebbero disposte a incassare, il che si verifica raramente.	Si potrebbero mantenere titoli in perdita o non più adatti alle circostanze, anziché venderli, in ragione del valore eccessivo attribuito loro. Questo bias potrebbe inoltre far perdere agli investitori nuove opportunità, magari migliori.

pimco.it

PIMCO

Prima della sottoscrizione leggere il Prospetto e il KIID, disponibili presso i collocatori. Il presente documento riporta le opinioni attuali dell'autore ma non necessariamente quelle di PIMCO, che possono essere soggette a variazioni senza preavviso. Questo materiale viene distribuito unicamente a scopo informativo e non deve essere considerato alla stregua di una consulenza d'investimento o di una raccomandazione in favore di particolari titoli, strategie o prodotti d'investimento. Le informazioni contenute nel presente documento sono state ottenute da fonti ritenute attendibili, ma non si rilascia alcuna garanzia in merito.
Il presente documento non costituisce un'offerta ad alcun soggetto in qualsiasi giurisdizione in cui ciò sia illegale o vietato. | **PIMCO Europe GmbH (Società n. 192083, Seidlstr. 24-24a, 80335 Monaco, Germania) e la filiale italiana di PIMCO Europe GmbH (Società n. 10005170963)** sono autorizzate e regolamentate in Germania dall'Autorità di vigilanza finanziaria federale tedesca (BaFin) (Marie-Curie-Str. 24-28, 60439 Francoforte sul Meno) ai sensi dell'articolo 15 della Legge tedesca in materia di intermediari finanziari (WpIG). La filiale italiana è inoltre soggetta alla supervisione della Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (CONSOB) ai sensi del Testo Unico della Finanza italiano e della relativa normativa di attuazione. PIMCO è un marchio di Allianz Asset Management of America L.P. negli Stati Uniti e in tutto il mondo. ©2022 PIMCO



Plastica: da problema a opportunità

Di Kofi Kodua

La plastica ha generato sentimenti contrastanti fra i consumatori, prima amata poi odiata, da utile a dannosa; a volte economica e a volte costosa. Per esperienza sappiamo che è contemporaneamente tutte queste cose, ma purtroppo è anche un fattore determinante dell'inquinamento mondiale, se non viene gestita adeguatamente nel suo ciclo di vita, e soprattutto in quello di smaltimento.
I materiali plastici sono sempre più diffusi sul suolo e nel mare, ma stanno aumentando la loro presenza anche nell'atmosfera sottoforma di particelle scarsamente percepibili. Questo, se da una parte è un problema non di poco conto, dall'altra parte può diventare un'opportunità.
Nell'economia moderna la plastica riveste un ruolo indispensabile e onnipresente e, con ogni probabilità, è il materiale più versatile in termini di applicazioni. Il segreto del suo successo è la funzionalità senza pari – in numerosi settori come edilizia, trasporti, sanità ed elettronica – a fronte di costi di produzione relativamente bassi.

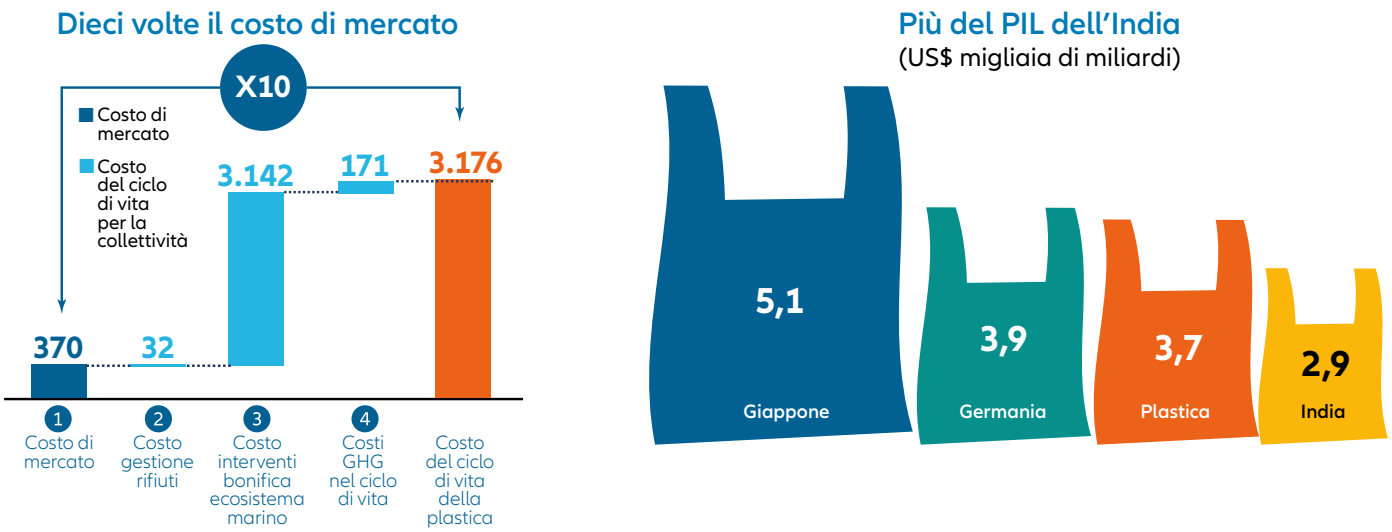
La plastica è un materiale sempre più indispensabile, soprattutto negli imballaggi, a causa delle sue caratteristiche di economicità, leggerezza e versatilità. Tuttavia, questo materiale ha un forte impatto ambientale se non viene adeguatamente prodotto e poi smaltito. Quale soluzione per porre rimedio all'inquinamento e beneficiare dei vantaggi della plastica? Aumentare gli sforzi per raccogliere, riciclare e riutilizzare la plastica alla fine del ciclo di vita, ottenendo risparmi potenziali enormi e, soprattutto, con immensi benefici per il Pianeta.

Tuttavia, per quanto in fase di realizzazione i costi siano bassi, quelli riferiti al suo ciclo di vita sono molto elevati. Un report del WWF indica che nel 2019 l'inquinamento, le emissioni e i costi di ripulitura associati alla plastica sono stati pari ad almeno 3.700 miliardi di dollari, una cifra superiore al PIL dell'India e molto più elevata del costo di mercato (figura 1). Altrettanto pressanti sono le sfide poste dalla brevità della vita utile degli involucri e degli imballaggi in plastica (appena sei mesi), in netto contrasto con i decenni, o persino secoli, che occorrono per il processo di decomposizione di quella monouso dispersa nell'ambiente (figura 2).

Plastica nell'economia circolare

A oltre quarant'anni dall'introduzione del primo simbolo universale che indica i prodotti riciclabili, il tasso di riciclo della plastica potrebbe essere molto più elevato. Attualmente il recupero rispetto a carta (58%) e ferro e acciaio (70–90%), il riciclo della plastica in generale, e soprattutto degli imballaggi in plastica, è tuttora agli inizi. Solo il 14% di questi, infatti, viene raccolto per essere riciclato. Di conseguenza, un'economia circolare della plastica contribuirà alla creazione di un sistema più sano e più rigenerativo, in cui la plastica è riutilizzata e riciclata (figura 3). Rispettando tre semplici regole, "eliminare, innovare e rimettere in circolo", si favorirà la riduzione dei rifiuti in materiale plastico dell'80% e un taglio delle emissioni di gas serra del 20% nei prossimi vent'anni, si creeranno 700.000 nuovi posti di lavoro e si risparmieranno 200 miliardi ogni anno. Un processo ben avviato consentirebbe, inoltre, di sganciare più rapidamente la produzione di plastica dalle fonti energetiche non rinnovabili. Il 98% di quella monouso prodotta ogni anno è infatti realizzato a partire da combustibili fossili. Nei prossimi decenni, la domanda di petrolio per la produzione di plastica dovrebbe aumentare ulteriormente: si valuta una crescita del 3,8% sino al 2030, e poi del 3,5% sino al 2050, un tasso superiore a quello della domanda complessiva, che dovrebbe salire appena dello 0,5% annuo.

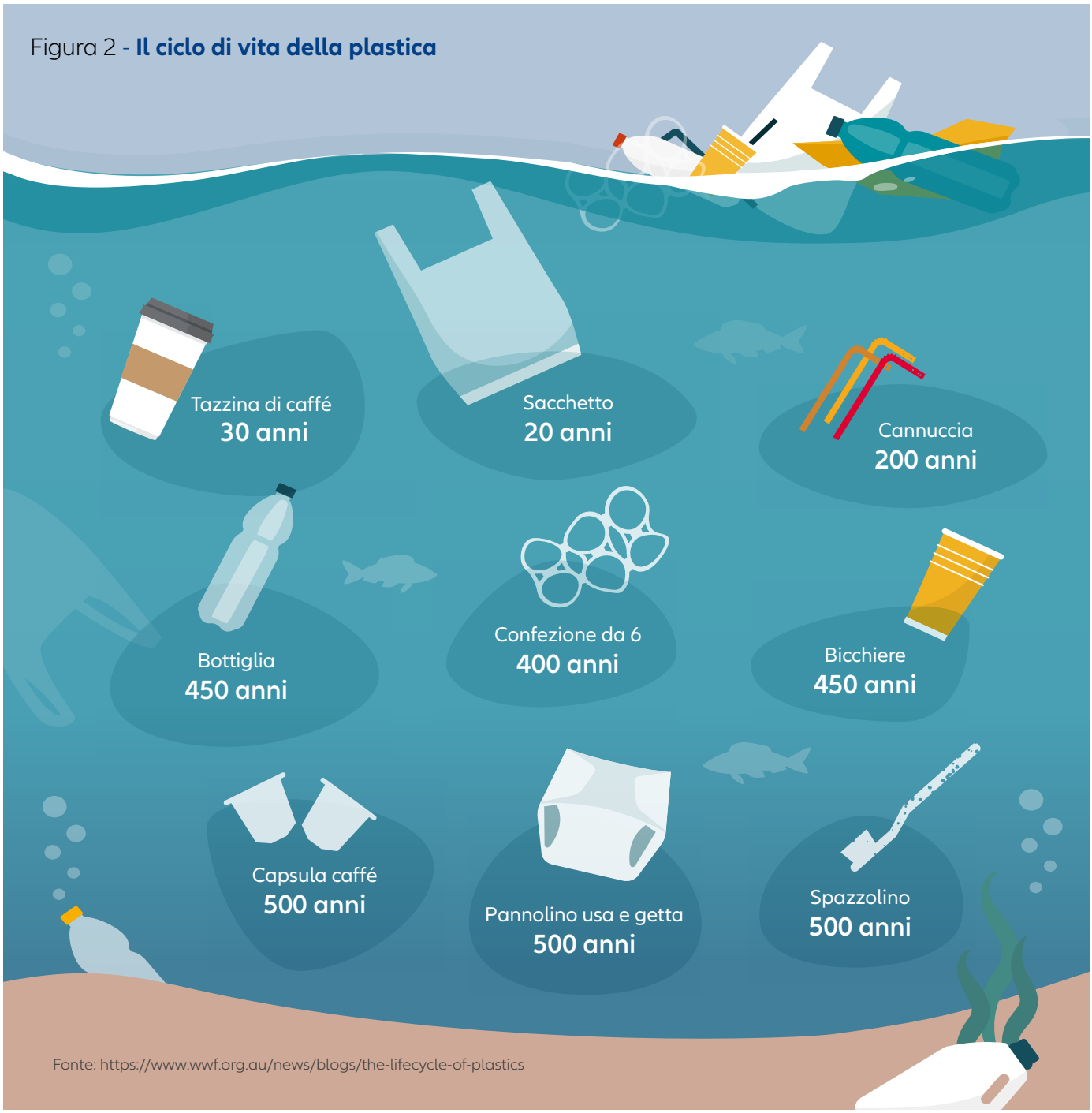
Figura 1 - **Il costo del ciclo di vita della plastica prodotta nel 2019**



Nota: Numeri arrotondati al miliardo più vicino.
Fonte: https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/wwf_pctsee_report_english.pdf

Fonte: https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/wwf_pctsee_report_english.pdf

Figura 2 - **Il ciclo di vita della plastica**



Fonte: https://www.wwf.org.au/news/blogs/the-lifecycle-of-plastics

La plastica è ovunque e lo è sempre di più. Sulla terra e nei mari, ma anche in forme aeree scarsamente percepibili. Dunque, un problema e un'opportunità.

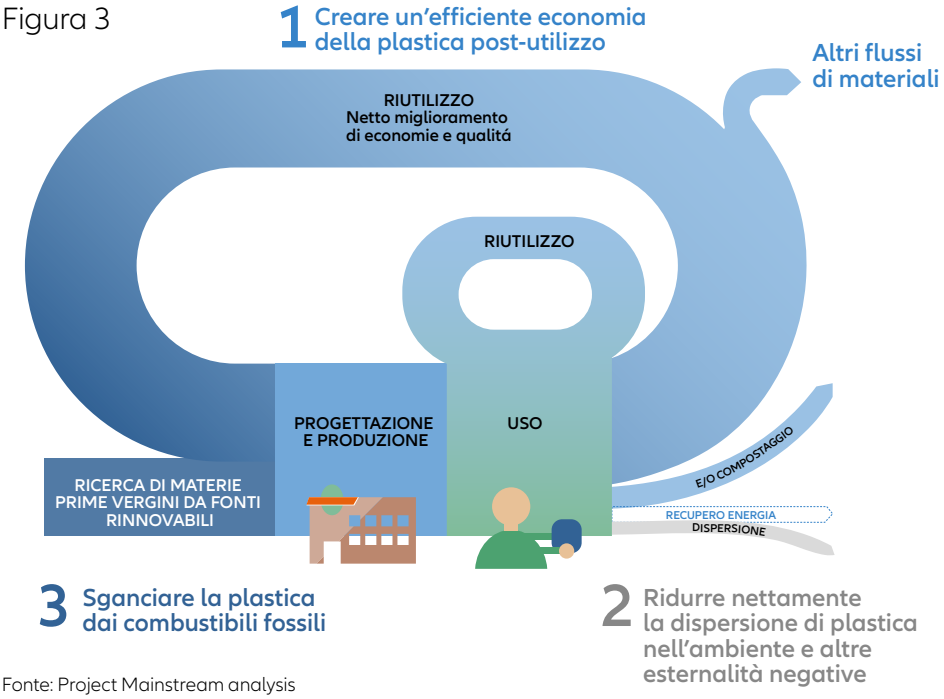
I danni all'ambiente

Per quanto la plastica sia un prodotto versatile ed efficiente in termini di costi che ne giustifica l'applicazione in diversi settori in modo consistente, l'impatto dell'inquinamento che essa provoca sull'ambiente è devastante. Dalle stime emerge che attualmente i rifiuti marini sono composti per l'85% da plastica e che entro il 2050 negli oceani il peso globale della plastica supererà quello del pesce. I nostri studi indicano, che dallo scoppio della pandemia di Covid-19, sono state riversate in mare, e non adeguatamente gestite, circa 8,4 milioni di tonnellate di mascherine, guanti e altri rifiuti in plastica prodotti da 193 Paesi (figura 4).
Alla luce di questi scenari allarmanti, ridurre gli effetti nocivi della plastica e porre in essere sistemi di riciclo rappresentano passi cruciali per un approccio più rigoroso alla protezione del pianeta. La rilevanza della plastica usa e getta aumenta se si considera che a livello globale un quarto degli scarti in plastica finisce negli inceneritori e il 40% nelle discariche. Si tratta di risorse preziose che "evaporano", nel vero senso della parola.
In ogni caso, non tutti i metodi di riciclo di questo materiale, per quanto animati dalle migliori intenzioni, sono positivi per l'ambiente. Pensiamo in particolare al "*wishcycling*", definito dal dizionario Collins English Dictionary come "la prassi di gettare qualcosa in un bidone senza prima accertarsi che sia effettivamente riciclabile". A tal proposito, un'indagine del Pew Research Center ha determinato che, secondo più della metà degli americani, "la maggiori parte dei prodotti" può essere riciclata.

Imballaggi sostenibili: una soluzione e un'opportunità di investimento

La conversione del ciclo produttivo della plastica a un modello fondato sul riciclo, in modo da inserire i prodotti all'interno di un'economia circolare è opportuno. In questo modo le necessità di utilizzo della plastica monouso andrebbe a ridursi. Tuttavia, il solo riciclo della plastica non può essere

Figura 3

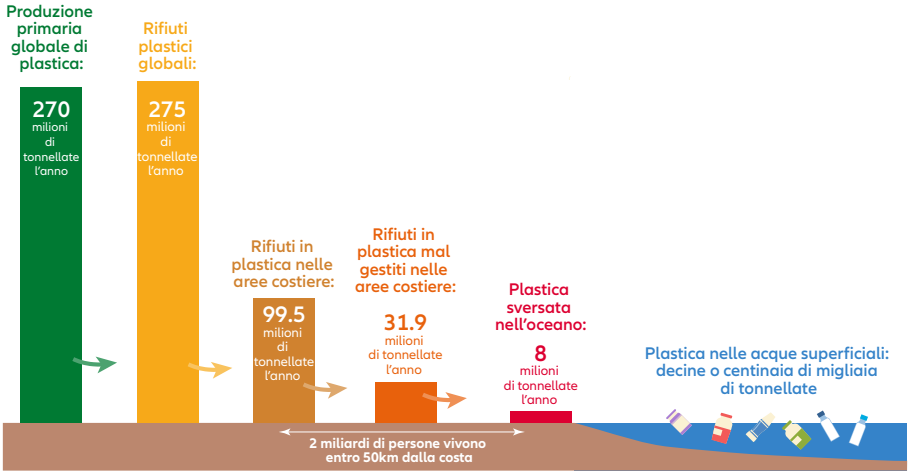


Fonte: Project Mainstream analysis

I rifiuti marini sono attualmente composti per l'85% da plastica e si stima che entro il 2050 negli oceani il peso globale della plastica supererà quello del pesce.

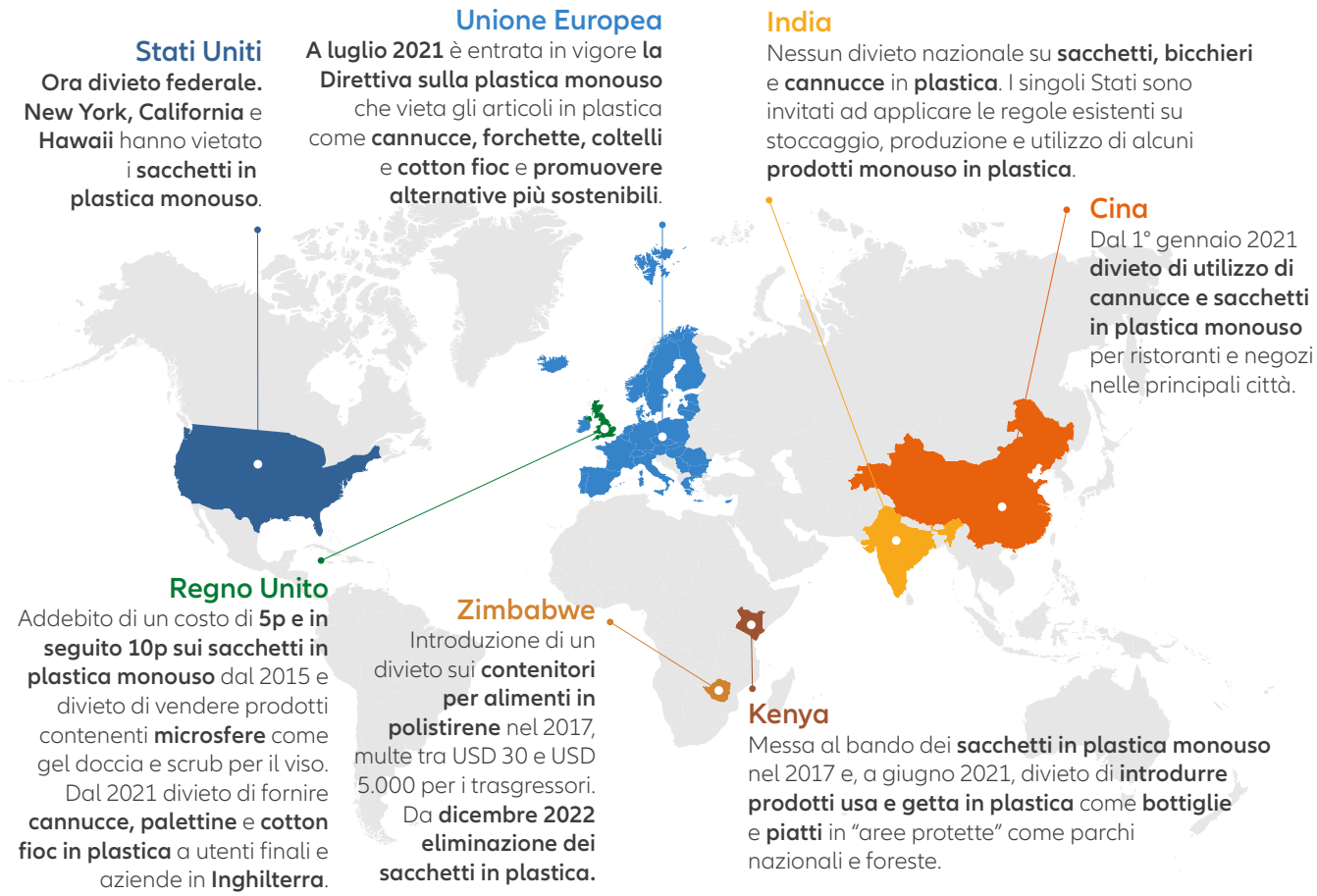
Figura 4 - **Il viaggio della plastica verso l'oceano**

Stime della dispersione di plastica da fonti terrestri negli oceani nel 2010 in base al percorso dal sito produttivo originario allo sversamento in mare.



Fonte: https://ourworldindata.org/plastic-pollution

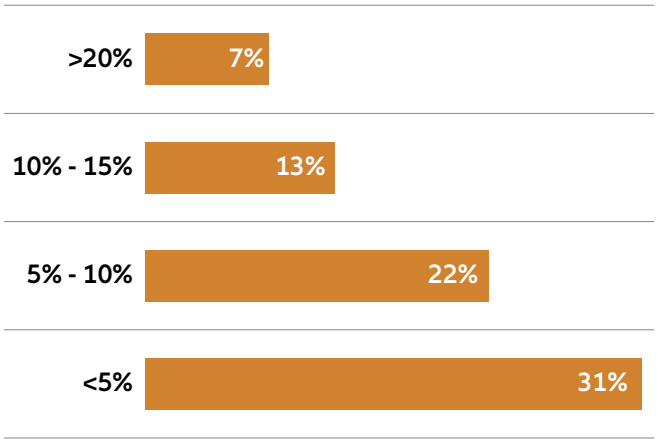
Figura 5 - **Messa al bando della plastica monouso in diversi Paesi**

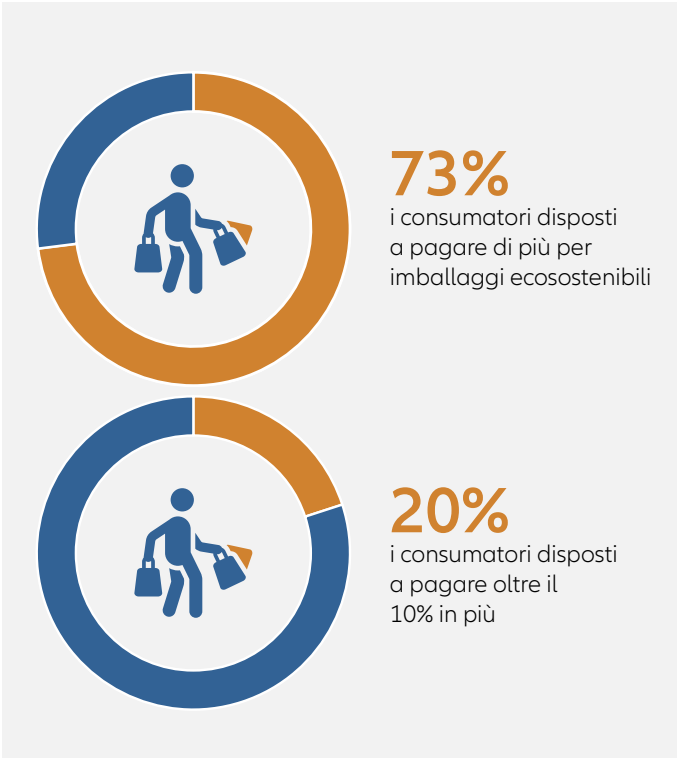


A oltre quarant'anni dall'introduzione del primo simbolo universale per i prodotti riciclabili, il tasso di riciclo della plastica, e soprattutto degli imballaggi, è solo del 14% rispetto a carta (58%) e ferro e acciaio (70–90%).

una soluzione a lungo termine per lo sviluppo di un sistema circolare sostenibile. E non sarà possibile tagliare in modo significativo i consumi (e quindi gli imballaggi) senza che si verifichi una drastica decelerazione dell'economia globale.
Il passaggio dagli involucri in plastica ad alternative sostenibili sarebbe, dunque, un grande passo avanti e molte aziende fanno già la loro parte. Gli investitori hanno quindi l'opportunità per supportare modelli di consumo che creano meno esternalità negative, contribuendo alla riduzione dell'inquinamento a livello globale. Una transizione che, per di più, è in grado di creare punti di contatto interessanti con un mercato in crescita, quello delle bioplastiche e dei polimeri compostabili e biodegradabili realizzati a partire da biomasse vegetali come maizena, tapioca, patate, amido o canna da zucchero.
Secondo le proiezioni, infatti, le dimensioni del mercato globale delle bioplastiche e dei polimeri dovrebbero triplicarsi, passando dai 10,7 miliardi di dollari del 2021 a 29,7 miliardi nel 2026, con un tasso annuo di aumento del 22,7%. A livello geografico, la crescita più significativa si verificherà nella zona dell'Asia-Pacifico, registrando il + 12,35% all'anno nel periodo 2021-2030.
Su base settoriale, nel 2020 gli imballaggi rappresentavano la quota più elevata del mercato delle bioplastiche e dei polimeri, in termini di valore, seguiti da articoli tessili e beni di consumo.

Figura 6 - **Attribuire un prezzo alla sostenibilità**





Fonte: https://triviumpackaging.com/sustainability/2021BuyingGreenReport.pdf

I driver del rapido aumento della domanda di bioplastiche

L'espansione del mercato globale delle bioplastiche e dei biopolimeri è trainata da driver sia interni sia esterni al settore: normativa più stringente, tassazione più severa e messa al bando della plastica usa e getta in diversi paesi (figura 5). D'altro canto, anche l'evoluzione delle preferenze dei consumatori contribuisce allo sviluppo, alla produzione e alla distribuzione di alternative più ecologiche rispetto alla plastica tradizionale. Secondo un recente sondaggio tra i consumatori effettuato dalla società Boston Consulting Group, quasi i tre quarti dei 15.000 partecipanti (e l'83% tra le giovani generazioni) hanno dichiarato di essere disposti a pagare un prezzo più alto per prodotti con un imballaggio ecosostenibile, e oltre un quinto accetterebbe addirittura un sovrapprezzo del 10% (figura 6). Il 64% degli intervistati ha inoltre affermato che la sostenibilità dell'imballaggio è un fattore importante per le decisioni di acquisto.

In linea con le richieste dei consumatori e delle autorità di regolamentazione, diversi settori prediligono la produzione e l'utilizzo di bioplastiche e polimeri con l'obiettivo di risolvere i problemi ambientali ed economici, per attenuare le pressioni sui prezzi a causa del rincaro dei combustibili fossili. Inoltre, i progressi nella ricerca e sviluppo (vale a dire la riduzione dei costi di produzione e l'accelerazione dei processi produttivi) favoriscono la diffusione di valide alternative ai polimeri tradizionali, come polietilene tereftalato (PET), polietilene ad alta densità (HDPE), polietilene a bassa densità (LDPE) o polipropilene (PP) e polistirene (PS). Da ultimo, la crescita demografica e la rapida urbanizzazione sono fattori che sostengono la ricerca di soluzioni sostenibili per l'imballaggio.

Allianz Global Investors per l'innovazione e l'investimento sostenibili

Allianz Global Investors individua aziende produttrici di bioplastiche e

In linea con le richieste di consumatori e autorità di regolamentazione, si registra una sempre più marcata preferenza per la produzione e l'utilizzo di bioplastiche e biopolimeri, con l'obiettivo di risolvere i problemi ambientali ed economici connessi alla plastica.

In sintesi

La plastica, e in particolare gli imballaggi in plastica, rivestono un ruolo fondamentale nell'economia globale poiché evitano di allungare in maniera significativa i tempi di conservazione degli alimenti ivi contenuti. Inoltre, il peso relativamente ridotto degli imballaggi in plastica consente un risparmio in termini di energia, nonché di emissioni di gas serra dovute al trasporto.

Questo materiale non porta con se solo vantaggi, ma anche una serie di aspetti negativi, in particolare per l'ambiente. L'assenza di un'economia circolare della plastica e la dispersione di milioni di tonnellate di materiali plastici non solo contribuiscono in larga misura all'inquinamento dei mari, ma comportano anche ingenti costi economici e miliardi di dollari di esternalità negative. Promuovere lo sviluppo degli imballaggi sostenibili apre, quindi, opportunità interessanti in un mercato che è in continua espansione, con una crescita a due cifre prevista nei prossimi cinque anni.

polimeri compostabili e/o biodegradabili realizzati a partire da biomasse vegetali, come funghi, maizena, fecola di patate e oli di cottura esausti. I processi di produzione messi in atto potrebbero avere un ruolo decisivo per la risoluzione delle problematiche dovute alla produzione e all'utilizzo di polimeri tradizionali e imballaggi monouso, nonché porre rimedio al devastante impatto ambientale per il mancato riciclo dei rifiuti in plastica. Se non altro, il ricorso a bioplastiche e biopolimeri potrebbe contribuire alla riduzione dei costi sociali e ambientali portando a un risparmio complessivo di miliardi di dollari.

Nell'ambito di una vasta strategia di allocazione di capitali in società che forniscono prodotti e servizi sostenibili (descritta nel box dedicato ad Allianz Clean Planet), Allianz Global Investors, in particolare, dirige i propri investimenti verso società specializzate nell'utilizzo della plastica riciclata come materia prima nella produzione, nello sviluppo e nella progettazione di prodotti. In tal modo, tonnellate di rifiuti in plastica vengono risparmiati, evitando l'inquinamento di corsi d'acqua interni o degli oceani.

Kofi Kodua, Director, Portfolio Manager, Global Thematic Equity di Allianz Global Investors.

Investimenti sostenibili con Allianz Clean Planet

Allianz Clean Planet è una strategia azionaria globale che ha come focus l'allineamento degli investimenti agli obiettivi ambientali degli SDG (Sustainable Development Goals, Obiettivi di Sviluppo Sostenibile) dell'ONU.
Secondo le stime, per realizzare gli SDG entro il termine previsto del 2030 occorrono ogni anno dai 5.000 ai 7.000 miliardi di dollari di investimenti globali in infrastrutture di base, sicurezza alimentare, sanità, istruzione e mitigazione del cambiamento climatico.
È un costo elevato, ma tale esigenza rappresenta una duplice opportunità, sia per il settore privato che diventa parte attiva per fronteggiare alcune grandi sfide dell'umanità, sia per gli investitori che conseguono rendimenti finanziari interessanti nel lungo termine grazie a un'allocazione di capitali in soluzioni innovative.
Allianz Clean Planet consente di investire in società che forniscono prodotti e servizi orientati ad ottenere effetti positivi per l'ambiente e per la comunità. La strategia investe prevalentemente nelle imprese che propongono soluzioni in grado di sostenere concretamente l'impegno alla creazione di un mondo più sostenibile che offra a tutti aria pulita, terreni puliti e acqua pulita.

All'interno di questi tre temi il team di investimento di AllianzGI si focalizza su argomenti precisi:
1. Aria pulita: generazione di energia, consumo energetico, stoccaggio dell'energia;
2. Suolo pulito: gestione dei rifiuti, imballaggi sostenibili, comunità sostenibili;
3. Acqua pulita: efficienza idrica, qualità dell'acqua, approvvigionamento idrico.

Allianz Clean Planet segue l'approccio di investimento tematico di AllianzGI, basato su un'approfondita e consolidata conoscenza dei driver di lungo periodo e sulla capacità di individuare e selezionare le società dotate di potenziale a lungo termine.
Le imprese che hanno raccolto la sfida della sostenibilità presentano alcuni vantaggi, come l'elevato potenziale di crescita, la resilienza alla volatilità macroeconomica e politica e di un contesto normativo favorevole.
La selezione delle società da inserire nel portafoglio vede da un lato la valutazione da parte del team di gestione sulla base della ricerca fondamentale, dell'analisi dei fattori ambientali, sociali e di governance e del contributo di ciascuna società all'SDG per cui è stata presa in considerazione. Dall'altro lato, le società che svolgono attività o adottano prassi controverse vengono automaticamente escluse dal portafoglio.
La strategia azionaria Allianz Clean Planet massimizza, dunque, il contributo netto investendo nei principali attori coinvolti nel cambiamento positivo che adottano pratiche sostenibili, dando l'occasione di diventare un investitore responsabile.

Alla scoperta del Metaverso

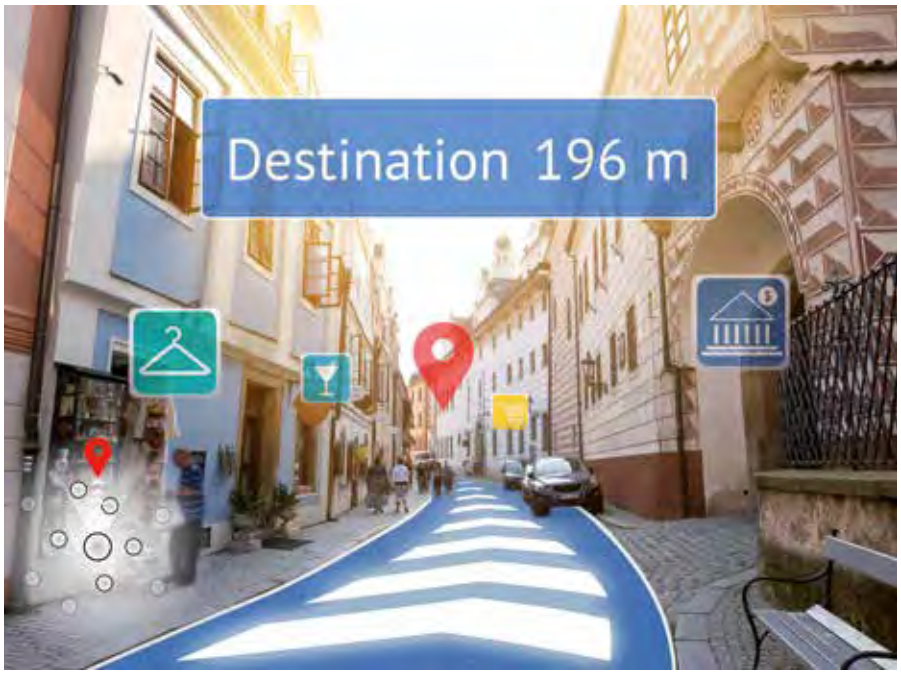
Di Roberto Bragiotto – A cura di Investitori SGR

Non sarà un mondo parallelo, ma un'esperienza fluida di un ambiente ibrido, in cui i confini tra realtà fisica e virtuale saranno pressoché inesistenti.
Uno sviluppo in linea con la rivoluzione digitale già in atto che vede integrarsi la dimensione online e offline delle nostre esperienze di vita e lavoro.

Il Metaverso, che nell'ultimo anno è diventato una parola chiave di tendenza su Google, non è un termine nuovo: proviene infatti dal mondo della fantascienza e fu coniato nel 1992 da Neal Stephenson, autore del romanzo postcyberpunk *Snow Crash*. Nel libro, il Metaverso era una realtà virtuale 3D, sovrapposta e integrata con il mondo fisico, in cui le persone si muovevano attraverso i propri avatar, ossia rappresentazioni digitali e tridimensionali di se stessi.
Sebbene dipinto a tinte fosche, il distopico film di Spielberg *Ready Player One*, uscito nelle sale nel 2018 e ispirato all'omonimo romanzo di Ernest Cline del 2011, rappresenta piuttosto fedelmente quello che sarà il Metaverso: una rete di mondi virtuali interconnessi di cui gli utenti possono fare esperienza indossando visori di realtà virtuale e guanti aptici, dove interagire con altri utenti, comprare oggetti digitali e svolgere attività ludiche e d'intrattenimento in contesti immersivi ricostruiti digitalmente.
La definizione più esaustiva di Metaverso è stata data da Matthew Ball, investitore e autore di un compendio sull'argomento chiamato *The Metaverse Primer*: «Il Metaverso è una rete perdurante di mondi 3D che si espande in tempo reale, che restituisce un senso d'identità continuo nel tempo, in cui gli oggetti permangono e che tiene memoria delle transazioni effettuate in passato. Un numero di utenti illimitato, ognuno con il proprio senso di presenza fisica, ne può fare esperienza sincronicamente».
Indossando i visori di realtà virtuale, gli utenti potranno ritrovarsi in ambienti interamente ricostruiti virtualmente con i propri amici sotto forma di avatar, oppure potranno fare esperienza di una realtà mista, in cui elementi digitali si sovrappongono al mondo fisico. Per esempio, un utente potrebbe essere fisicamente presente a un concerto e invitare un suo amico che si godrà l'esperienza virtuale dalla comodità della propria casa in un altro Continente, e potrà raggiungerlo sotto forma di ologramma.
Oppure si potrà giocare a scacchi o a ping pong su tavoli esistenti nel mondo reale, ma con utenti che non condividono lo spazio fisico. Per ciascun giocatore, quindi, l'avversario apparirà come un avatar digitale sovrapposto alla propria realtà fisica.

Cosa deve ancora essere inventato e cosa esiste già

Mentre i dispositivi di realtà virtuale, sebbene si basino su una tecnologia ancora di nicchia, stanno iniziando a essere impiegati in diversi contesti e a essere apprezzati dai consumatori appassionati di tecnologia con un alto



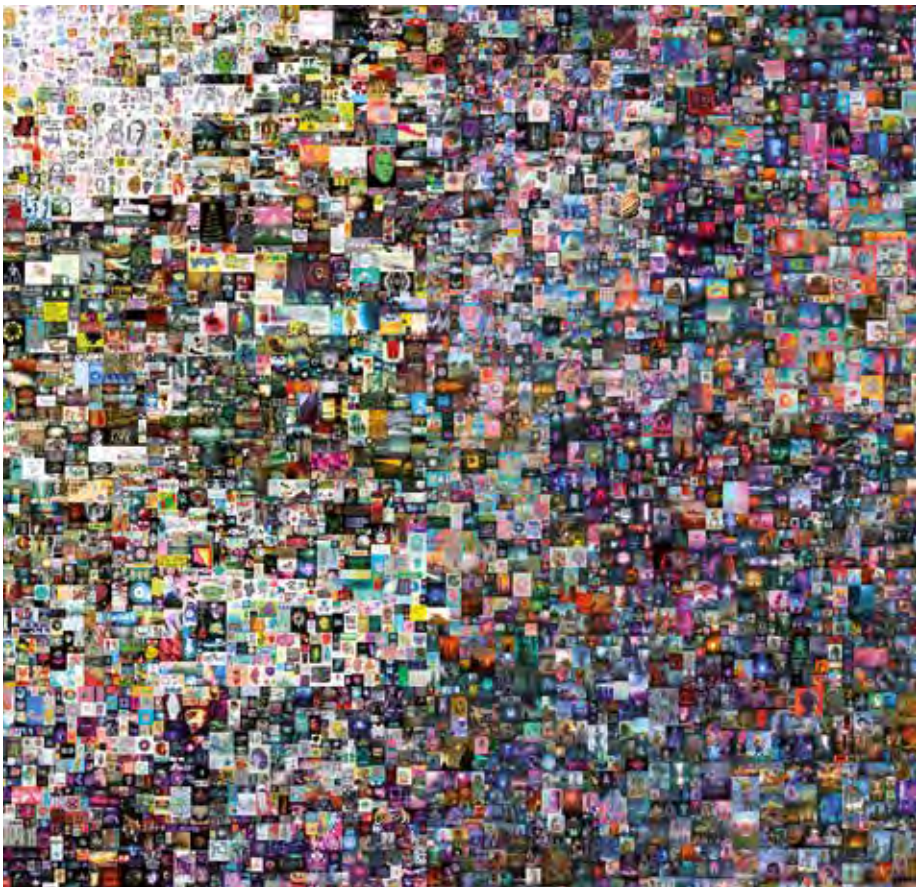
Per Matthew Ball, investitore e autore di un compendio sull'argomento, il Metaverso è una rete perdurante di mondi 3D che si espande in tempo reale, che restituisce un senso d'identità continuo nel tempo, in cui gli oggetti permangono e che tiene memoria delle transazioni effettuate in passato.

reddito, la realtà aumentata per come andrebbe intesa è ancora allo stato embrionale. Al momento esistono solo alcuni elementi costitutivi del Metaverso, ma altri devono essere ancora creati e poi integrati tra loro, per poter iniziare a gettarne le basi e ad abitarlo.
Da un punto di vista tecnico, realizzare dispositivi che permettano di vedere elementi digitali sovrapposti e adattati alla realtà fisica è più complesso che creare mondi virtuali da zero. Oggi facciamo esperienza della realtà aumentata quando attiviamo file digitali sul nostro smartphone scannerizzando un QR code oppure quando, grazie alla geolocalizzazione, compaiono sullo schermo degli oggetti virtuali che si sovrappongono a luoghi specifici del mondo reale.
L'ostacolo che si vuole superare è il ruolo di mediazione che assume lo schermo bidimensionale dei nostri device nella nostra esperienza della realtà mista. Il concetto di Metaverso potrebbe infatti essere esemplificato come la prossima evoluzione di Internet: un Internet incorporato.

Un nuovo sistema economico

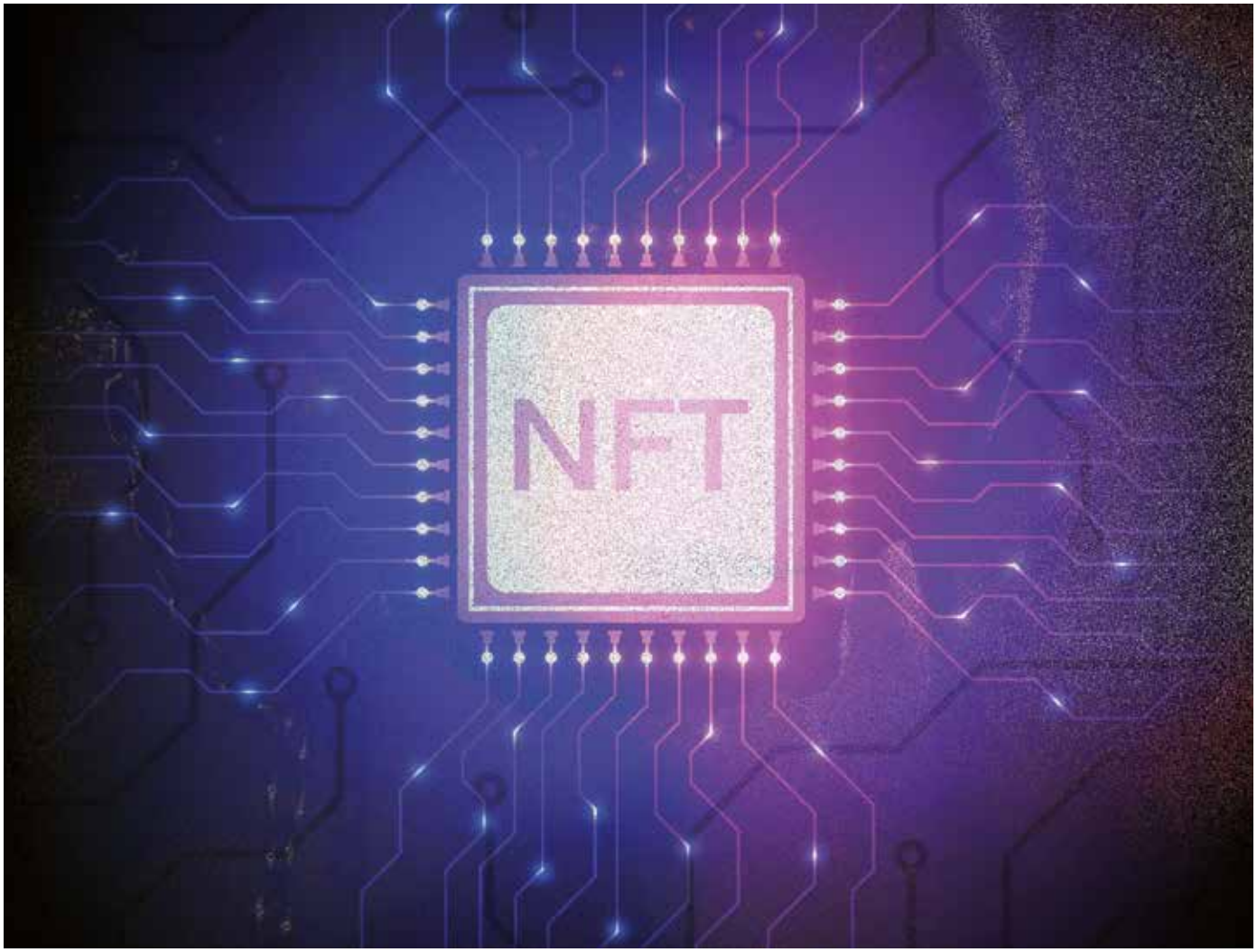
Contrariamente a quello che potrebbe sembrare, il Metaverso è molto più di un gioco in realtà virtuale in cui divertirsi, fare esperienze entusiasmanti e socializzare. Dobbiamo necessariamente pensare al nuovo sistema economico su cui si baserà il Metaverso e alle sue implicazioni.
Prima di tutto, bisogna ricordare che il Metaverso non è una realtà virtuale parallela alla nostra:
sarà un'esperienza fluida di un ambiente ibrido in cui i confini tra realtà fisica e virtuale saranno pressoché inesistenti, allineandosi così con la rivoluzione digitale già in atto che vede integrarsi la dimensione online e offline delle nostre esperienze di vita, tra cui quella lavorativa.
Soprattutto, le azioni che le persone compiranno nel Metaverso avranno ripercussioni nella vita reale: il lavoro che si svolgerà per la propria azienda da remoto mentre si è immersi nel Metaverso, così come le relazioni interpersonali che lì si stringeranno, saranno riconducibili alla propria identità e, insieme alle azioni compiute nel mondo reale, contribuiranno a costruire la propria reputazione.
Inoltre, il Metaverso non è proprietà di una singola azienda. Come Internet, il Metaverso sarà accessibile a tutti gratuitamente (a patto che si possegga la tecnologia necessaria per accedervi) e tutti avranno la possibilità di creare i loro spazi virtuali e il proprio avatar, dando vita a un universo in continua espansione.
Come nel caso di Internet, però, alcune grandi multinazionali ne possiederanno e controlleranno porzioni maggiori e il modo in cui progetteranno le interfacce delle piattaforme per accedervi sicuramente influenzerà moltissimo la percezione che gli utenti avranno di questi ambienti.
Come già avviene per i social network, anche se tutti potranno creare e pubblicare i propri contenuti nel

Metaverso, alcuni utenti talentuosi saranno *content creators* di professione, avranno pubblici affezionati a cui rivolgersi e trarranno profitti da questa loro attività. Alcuni colossi tecnologici, ad esempio, hanno già pianificato di investire nella formazione dei prossimi sviluppatori del Metaverso, dal momento che la maggior parte dei corsi di laurea attualmente esistenti non fornisce le competenze necessarie per questo nuovo mestiere.
L'economia del Metaverso sarà basata su una criptovaluta unificata e sulla compravendita di NFT. Gli NFT (*Non-Fungible Token*) sono oggetti digitali, come creazioni artistiche, video e musiche, unici e insostituibili.
Ciò significa che, sebbene sia possibile farne svariate copie, al compratore è riconosciuta la proprietà dell'originale, che ha molto più valore nel caso lo si volesse rivendere. Inoltre, si prende nota di ogni transazione su dei registri decentralizzati grazie alla tecnologia blockchain, e questo dovrebbe limitare il rischio di frode.
Un'economia degli NFT esiste già in germe. Sono molti i creatori, brand inclusi, che realizzano gif, stickers e clip art da vendere all'asta per prezzi da capogiro. Nel marzo del 2021, l'artista digitale Beeple ha venduto una sua creazione da Christie's per 69 milioni di dollari, diventando così l'NFT più costoso mai venduto a un'asta. A differenza di quanto accade con gli oggetti reali, ogni volta che un NFT viene venduto il creatore originale percepisce una percentuale, in modo che il suo diritto d'autore possa essere tutelato e che possa beneficiare del successo della sua creazione.
La peculiarità degli NFT, che li renderà particolarmente appetibili per gli abitanti del Metaverso quando sarà completato, sarà la loro interoperabilità; chi acquista un indumento o un oggetto virtuale per il proprio avatar potrà portarlo con sé e utilizzarlo in tutti i mondi interconnessi del Metaverso.



Beeple, *Everydays: The First 5000 Days.* 21,069 x 21,069 pixels (319,168,313 bytes), minted on 16 February 2021. This work is unique. Sold for: $69,346,250, Courtesy: Christie's New York

Contrariamente a quello che potrebbe sembrare, il Metaverso è molto più di un gioco in realtà virtuale in cui divertirsi, fare esperienze entusiasmanti e socializzare. Dobbiamo necessariamente pensare al nuovo sistema economico su cui si baserà il Metaverso e alle sue implicazioni.



La domanda è: preferiremo la fuga in nuovi mondi o dare ancora una chance al nostro?

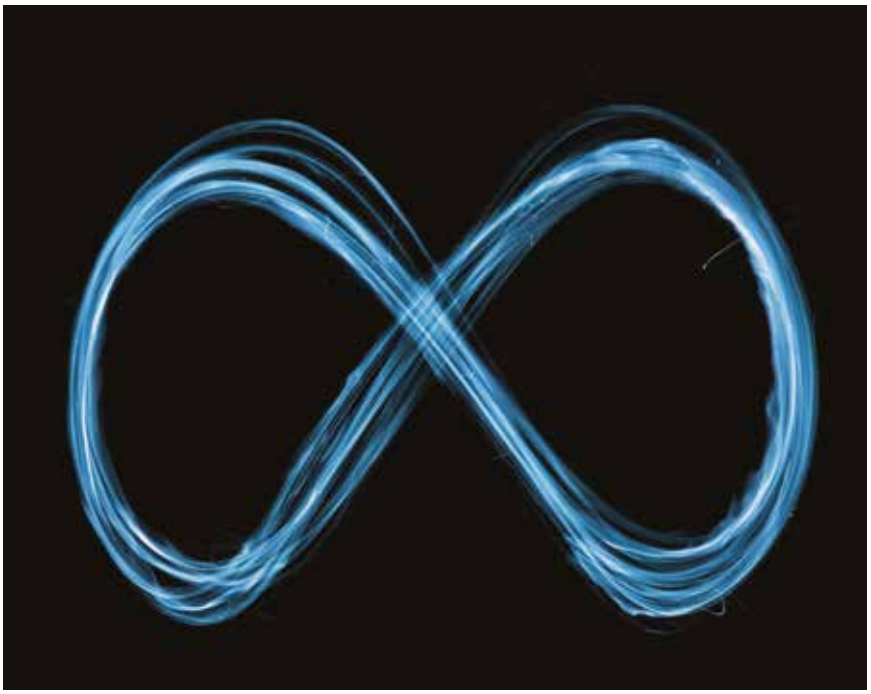
Al momento il concetto di interoperabilità è un'utopia. Ogni piattaforma attualmente imperniata su un modello di business simile ha la propria valuta digitale. Inoltre, ci vorrà ancora molto tempo per riuscire a renderle omogenee dal punto di vista del codice di programmazione e della grafica, per fare in modo che un token acquistato in un mondo virtuale possa essere trasportato e utilizzato anche in un altro.

Le prospettive future

Alcuni brand all'avanguardia stanno già sperimentando nel Metaverso, proponendo nuove forme pubblicitarie. Una realtà *phygital* che cambierà, probabilmente, le nostre vite e di cui non conosciamo, ad oggi, il pieno potenziale rivoluzionario. Sebbene le potenzialità siano enormi e l'entusiasmo sia tanto, bisogna tenere in considerazione che come è accaduto per la colonizzazione di nuovi spazi mediatici (l'etere televisivo negli anni '70 in Italia e l'Internet negli anni '90), gli ordinamenti giuridici dei vari paesi faticheranno a stare al passo con queste nuove tecnologie in costante evoluzione.
Prima che il Metaverso venga portato a compimento, parallelamente alla pianificazione della sua creazione e occupazione, nei prossimi anni dovranno essere scritte le leggi che ne regoleranno l'utilizzo e tuteleranno la privacy dei suoi utenti. Quando sono state create nuove tecnologie in passato, spesso sono state fatte previsioni errate sul loro successo oppure

questi strumenti sono stati rielaborati e utilizzati dagli utenti in modi che neanche i creatori stessi avevano concepito. Alcune conseguenze negative, però, sono prevedibili sin da oggi.
Innanzitutto, il Metaverso, soprattutto agli inizi, potrebbe inasprire le disuguaglianze sociali e il divario tecnologico già presenti nella nostra società. Inoltre, non si creerà una differenza solo tra chi è nel Metaverso e chi non lo è: infatti, anche gli abitanti del Metaverso potrebbero essere stratificati in classi sociali. Questo genererà ancora più frustrazione e disagio tra gli utenti più giovani, che risentono particolarmente dell'influenza del gruppo dei pari.
Inoltre, la possibilità di poter esplorare mondi meravigliosi normalmente inaccessibili, potrebbe invogliare le persone a isolarsi e a rimanere a casa intessendo relazioni sociali che, sebbene supportate da una tecnologia sofisticata, resteranno un surrogato di quelle che si possono instaurare faccia a faccia nel mondo fisico.
L'auspicio è quindi che il Metaverso arricchisca le nostre interazioni sociali da remoto con un più realistico senso di copresenza e che dia l'opportunità ai brand di connettersi con le proprie community in modo coinvolgente, senza che però questo nuovo piano di realtà mista soppianti totalmente l'esperienza del mondo fisico.
Tutto dipenderà da una scelta fondamentale: preferiremo la fuga in nuovi mondi o dare ancora una chance al nostro?

Roberto Bragiotto è laureato all'Università Bocconi di Milano. Con un'esperienza di oltre 15 anni in Finanza, ha ricoperto in due diverse realtà italiane il ruolo di Responsabile delle Gestioni Patrimoniali e ha gestito due comparti di una Sicav di diritto lussemburghese prima di approdare in Investitori Sgr, nel giugno 2021, come Senior Portfolio Manager con focus sulle gestioni bilanciate e tailor made.



Alcune conseguenze negative, però, sono prevedibili sin da oggi.
Il Metaverso potrebbe inasprire le disuguaglianze sociali e il divario tecnologico. Gli abitanti del Metaverso potrebbero essere stratificati in classi distinte, generando frustrazione e disagio. E potrebbe indurre a isolarsi, intessendo relazioni sociali surrogate.

Il decollo della Space Economy

Di Raffaele Mauro

La nuova frontiera di mercati, tecnologie e investimenti parla sempre di più il linguaggio delle imprese private e di ambiziosi imprenditori. Non solo negli Stati Uniti, all'avanguardia nel settore, ma anche in Europa. E, in misura significativa, anche in Italia.

I mercati e le tecnologie legate allo spazio esercitano oggi un'attrattiva crescente nel mondo delle start-up e del venture capital. Negli ultimi anni, una combinazione peculiare di nuove applicazioni a terra, riduzione di costi, interconnessione con l'economia di Internet, applicazione di metodi di produzione agili e fattori geopolitici hanno infatti portato a uno sviluppo significativo della space economy e a un'evoluzione della sua logica interna. Quello che oggi viene chiamato "spazio 2.0", o "new space economy", parla sempre di più il linguaggio delle imprese private, della tecnologia digitale e degli imprenditori ambiziosi come Elon Musk. Nuovi soggetti specializzati sono nati negli ultimi anni con l'obiettivo di investire nel settore come, ad esempio, Space Capital negli Stati Uniti, Seraphim Capital nel Regno Unito, Orbital Ventures in Lussemburgo e Primo Space in Italia.

La space economy come ambito specializzato ha una dimensione complessiva che va dai 350 ai 450 miliardi di dollari a seconda del perimetro di stima adottato – e di circa 420 miliardi di dollari secondo la Space Foundation – dei quali l'80% di natura prettamente commerciale. Secondo Morgan Stanley, nel suo report *Space: Investing in the Final Frontier* (luglio 2020), il settore dell'economia legato allo spazio nei prossimi anni raggiungerà la dimensione complessiva di 1.000 miliardi di dollari.

Non è sempre stato così. Il mondo del venture capital è stato storicamente

Secondo Morgan Stanley, il settore dell'economia legato allo spazio nei prossimi anni raggiungerà la dimensione complessiva di 1.000 miliardi di dollari.

distante dall'industria spaziale: la combinazione di requisiti di capitale elevati, il peso preponderante delle iniziative di matrice pubblica e il significativo livello di rischio non consentivano l'agilità operativa tipicamente richiesta dagli investitori specializzati nel mondo delle start-up e delle scale-up. Inoltre, negli anni passati, l'agenda spaziale era passata in secondo piano: le speranze e le energie dedicate al settore si erano affievolite in seguito alla fine della Guerra fredda e alla riduzione dei budget delle agenzie spaziali. Non hanno di certo aiutato altri eventi, tra cui i due incidenti mortali dello Shuttle Challenger nel 1986 e dello Shuttle Columbia nel 2003, il fallimento di progetti commerciali come la versione iniziale della costellazione Iridium negli anni '90 e il cambiamento di priorità legato all'11 settembre del 2001.

La nuova spinta

Negli ultimi due decenni, la situazione è mutata notevolmente. Una prima generazione di imprenditori come Jeff Bezos ed Elon Musk, dopo aver fatto fortuna con l'economia di Internet, si sono impegnati nell'industria spaziale con imprese come Blue Origin e SpaceX. A essi è seguita una nuova generazione di *astropreneurs* che hanno sempre di più adottato metodi di design e produzione manifatturiera di natura agile, con cicli di sviluppo rapidi. Essi hanno così sviluppato un mindset internazionale e hanno iniziato a finanziarsi tramite il canale del venture capital, prima noto prevalentemente in ambiti come l'economia digitale e le biotecnologie.
Si è verificata inoltre una riduzione costante dei costi, per quanto riguarda sia l'hardware spaziale sia i costi di lancio. Il primo aspetto ha portato al fenomeno dei micro e nanosatelliti, che oggi sono sempre di più lanciati in grandi sciami o "costellazioni" in bassa orbita terrestre e il cui esempio più iconico è il "cubesat", piccolo oggetto standardizzato di 10 cm di lato, forma cubica e poco più di 1 kg di peso. Strumenti di questo tipo consentono a start-up, università ed enti di ricerca con relativamente pochi fondi di sviluppare esperimenti e testare nuove applicazioni. Il secondo aspetto della riduzione dei costi riguarda il trasporto di persone e oggetti in orbita, che rappresenta una delle barriere fondamentali per lo sviluppo di un'economia privata dello spazio. Oggi, grazie ai lanciatori riutilizzabili, come ad esempio il Falcon 9 di SpaceX, è possibile ripensare la struttura dei costi per interi ordini di grandezza, catalizzando nuove applicazioni e democratizzando l'accesso allo spazio. Infine, è importante sottolineare il numero crescente di applicazioni a terra promosse dall'industria spaziale: un'area molto vasta che va dalle telecomunicazioni alla logistica, dall'agricoltura alla tutela dell'ambiente, dal supporto alle transazioni finanziarie all'accesso a Internet. Quest'ultimo punto è particolarmente significativo dato che grandi aziende tecnologiche – come Microsoft, Google, Amazon, Facebook e Apple e altre – stanno investendo sempre di più in questa industria. Si va da Microsoft con il suo programma di cloud computing legato allo spazio, Azure Space, ad Amazon con il suo servizio di ground station legato ad Amazon Web Services, fino a imprese come Google e Apple che hanno effettuato operazioni di M&A su imprese del settore, rispettivamente con l'acquisizione di Terra Bella e MapSense. Facebook ha lanciato il suo satellite per l'accesso a Internet chiamato "Athena" ed Elon Musk, sempre con l'obiettivo di incrementare l'accesso alla rete Internet, ha lanciato ben 1.360 satelliti tramite il progetto Starlink, creando la costellazione di satelliti più ampia della storia e destinata a espandersi ulteriormente in futuro.

I numeri della space economy

- La dimensione complessiva della space economy è di 431 miliardi di dollari, di cui 336 di natura propriamente commerciale.
- Tra il primo trimestre 2020 e il primo trimestre 2021, gli investimenti nella space economy sono ammontati a 8,7 miliardi di dollari worldwide, un raddoppio rispetto al periodo precedente.
- Sono 11 le SPAC relative alla space economy annunciate nei primi mesi del 2021, con un valore aggregato di 7 miliardi di dollari.

Grandi aziende tecnologiche come Microsoft, Google, Amazon, Facebook e Apple e altre stanno investendo sempre di più nella space economy.

Oltre ai soggetti che tradizionalmente hanno investito in quest'ambito, come Governi, agenzie spaziali, strutture militari, grandi aziende e contractor del settore, oggi attori di nuova natura si stanno unendo alla corsa per la space economy. Si va dai fondi sovrani di Abu Dhabi e dell'Arabia Saudita a investitori high-tech come la Softbank di Masaioshi Son, passando per i principali fondi di venture capital americani come Founders Fund, Squoia Capital, Draper Fisher Jurvetson, First Round Capital e Bessember.
Il volume di investimenti nel 2019 è stato di 4 miliardi di dollari, con un importo raddoppiato rispetto al 2018 e a valle di un incremento decennale sia nell'importo che nel numero delle operazioni di capitale di rischio. I dati relativi al 2020, nonostante il rallentamento dell'economia mondiale dovuto alla pandemia, sembrano confermare questa tendenza di crescita. Il contributo dei fondi di fondi di venture capital non è solo di natura economica, ma ha un impatto anche sulla logica in cui operano le imprese: per loro natura, i fondi di capitale di rischio premiano l'accelerazione dei cicli di sviluppo, la costruzione di organizzazioni scalabili, l'investimento in capitale umano e la realizzazione di business model efficaci. La loro entrata rappresenta quindi un pilastro importante per lo sviluppo della space economy.

Programmi rilevanti

Uno dei primi soggetti specializzati in Europa è stato il fondo di venture capital italiano Primo Space. Si tratta di una nuova iniziativa nata nel luglio 2020, all'interno dell'asset management company Primo Ventures, che investirà in tutti i settori legati all'industria dello spazio. Il fondo ha una dimensione target di più di 80 milioni di euro e ha già collocato risorse in due realtà. La prima si chiama AIKO, frutto delle competenze sviluppate nel Politecnico di Torino, è specializzata nella creazione di software di intelligenza artificiale per il supporto alla navigazione satellitare e all'osservazione della Terra. La seconda si chiama Leaf Space, basata a Lomazzo (Como), e si occupa di sviluppare l'infrastruttura delle cosiddette *ground station* (antenne e stazioni di telecomunicazione a terra) qualificata per la nuova generazione di micro e nanosatelliti.
La finanziarizzazione dell'industria spaziale ha aggiunto una nuova dimensione, ma non ha ridotto l'impatto dei programmi e degli investimenti governativi sul settore, che rimangono tuttora molto rilevanti. In particolare, assistiamo oggi a un'ondata di piani di esplorazione spaziale di natura

Una prima generazione di imprenditori, come Jeff Bezos ed Elon Musk, dopo aver fatto fortuna con l'economia di Internet, si sono impegnati nell'industria spaziale con imprese come Blue Origin e SpaceX. A essi è seguita una nuova generazione di *astropreneurs*.

ambiziosa da parte non solo degli Stati Uniti, ma anche di blocchi geo-economici rilevanti come Europa, Cina, India, Russia, Giappone e, sempre di più, anche da parte di piccole nazioni come Israele ed Emirati Arabi Uniti. In alcuni casi, le motivazioni non sono solo di natura commerciale, ma riguardano anche l'orgoglio nazionale o l'interesse militare diretto. Nel caso specifico degli Stati Uniti e della Cina, che stanno vivendo tensioni geopolitiche crescenti, assistiamo ormai a un testa a testa che ricorda gli anni della Guerra fredda. La Cina sta lanciando la sua stazione spaziale modulare indipendente, chiamata Tiangong, ed è attiva in campi di frontiera come la costruzione di satelliti per le telecomunicazioni quantistiche. Inoltre, ha un ambizioso programma di esplorazione spaziale sia robotica sia umana che potrebbe culminare con la costruzione di una base lunare.

La Russia, invece, recentemente ha annunciato che si sgancerà nei prossimi anni dalla Stazione Spaziale Internazionale, uno dei progetti di cooperazione spaziale globale di maggiore ambizione negli ultimi decenni, per aggregarsi ad alcune iniziative cinesi, oltre a sviluppare un proprio programma indipendente. Con l'iniziativa chiamata Artemis, Stati Uniti, Europa, Canada, Giappone, Australia, Regno Unito ed Emirati Arabi Uniti intendono riavviare il programma di esplorazione, con l'obiettivo di costruire una stazione spaziale in orbita lunare, chiamata Lunar Gateway, e portare di nuovo nei prossimi anni degli esseri umani sulla Luna.
In generale, buona parte dei blocchi geopolitici intende avere capacità indipendenti e autonomia per quanto riguarda i sistemi di telecomunicazione, posizionamento e osservazione della Terra, così come per quanto riguarda la capacità di lancio. Sia in tempo di pace che in caso di conflitto, l'infrastruttura spaziale diventa infatti essenziale per diversi ambiti della vita civile, così come per i sistemi di sicurezza militare. Quest'ultimo è uno dei motivi per cui negli Stati Uniti nel 2019 è stata creata una forza armata indipendente, la Space Force, con 16 mila addetti e 15 miliardi di dollari di budget annuale dedicato alla raccolta di informazioni, alla logistica, alla sicurezza e alla proiezione della forza nello spazio.

L'industria italiana

L'Italia ha nel corso del tempo preservato alcune capacità industriali rilevanti in ambito spaziale. Sono presenti grandi attori come Avio e Leonardo, Thales Alenia Space e Telespazio, così come medie imprese come SITAEL e Argotec nell'ambito delle tecnologie satellitari e Altec per quanto riguarda i servizi logistici di supporto alla Stazione Spaziale Internazionale.
Ci sono oggi numerose PMI, scale-up e start-up che si innervano in questo tessuto, oltre alle già citate AIKO Space e Leaf Space. A titolo esemplificativo e non esaustivo, si possono menzionare T4I, basata a Padova, per quanto riguarda le tecnologie di propulsione; D-Orbit, con sede a Como, per quanto riguarda il commissioning e decommissioning di satelliti; Picosats, a Trieste, per lo sviluppo di tecnologie per microsatelliti; a Napoli troviamo Latitudo 40, focalizzata sull'utilizzo dei dati geospaziali e Sidereus Space Dynamics, per lo sviluppo di lanciatori di nuova generazione.
Un ruolo di primo piano è costituito dall'ASI (Agenzia Spaziale Italiana), istituzione che con un miliardo di euro all'anno di budget e con un approccio sistemico contribuisce all'abilitazione della space economy, nonché all'evoluzione della ricerca, dell'esplorazione spaziale, dell'osservazione della Terra e delle telecomunicazioni. In generale, l'Italia è il terzo contributore rilevante per l'ESA (European Space Agency), il secondo in Europa come budget

Lo spazio di Allianz

La nuova corsa allo spazio è iniziata e la space economy, come si legge nell'articolo, cresce a ritmi sempre più rapidi ed elevati. Per il Gruppo Allianz tutto questo non è una novità. La Compagnia è presente, infatti, nel campo delle assicurazioni spaziali già da diversi anni e nel 2015 ha celebrato il suo 100° compleanno come assicuratore aeronautico.
In questo ambito, Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) è la società del Gruppo Allianz che, attraverso le competenze di un team dedicato con base a Parigi, offre servizi di consulenza nel settore di cui è diventato l'assicuratore spaziale più ricercato. Nel tempo, le coperture assicurative nel campo spaziale si sono evolute da una semplice previsione negli eventi di lancio a una disciplina complessa che tratta di analisi e consulenza contrattuale, valutazione e trasferimento del rischio, progettazione e implementazione di programmi assicurativi e negoziazione dei sinistri.
Per il Gruppo Allianz tutto nasce da un'esperienza di lavoro con i clienti su una vasta gamma di progetti, dalle piattaforme commerciali geostazionarie all'osservazione dell'orbita terrestre bassa, alla navigazione e al telerilevamento. Il team "spaziale" è così in grado di fornire un'assicurazione completa in caso di missioni spaziali e lancio di satelliti, prestando un'attività consulenziale globale in merito agli aspetti di gestione del rischio e oltre. Tra questi sono compresi la verifica dei contratti; la valutazione e il trasferimento dei rischi; il design e l'implementazione di programmi di copertura dei rischi; il supporto in caso di reclami e negoziazioni.
Fornisce, inoltre, soluzioni di protezione sia per strumenti aerospaziali sia per i satelliti per quanto riguarda tutti i fattori di rischio nelle missioni in orbita, come i rischi connessi all'assemblaggio, integrazione e test (AIT), rischi pre-lancio, danni alle strumentazioni, assicurazione sulla vita in orbita, assicurazione terze parti e molto altro.

Per saperne di più inquadra il QRCode o visita la sezione dedicata cliccando qui

spaziale in proporzione al PIL e che, per via della sua storia economica, oggi è in grado di contribuire allo sviluppo di alcune tecnologie fondamentali come i moduli pressurizzati e i lanciatori.
Si sono inoltre affermate associazioni specializzate che promuovono il progresso di questa industria come l'AIPAS (Associazione delle Imprese per le Attività Spaziali), l'ASAS (Associazione per i Servizi, le Applicazioni e le Tecnologie ICT per lo Spazio) e l'AIAD (Federazione delle Aziende Italiane per l'Aerospazio, la Difesa e la Sicurezza). Istituzioni pubbliche di investimento, come Cassa Depositi e Prestiti assieme al Fondo Europeo degli Investimenti, stanno assistendo la crescita del settore privato in questo ambito. Nuove iniziative, come ad esempio la fondazione ENEA Tech, si stanno muovendo per poter contribuire al trasferimento tecnologico e agli investimenti in ambito deep tech, ovvero in imprese che fanno leva sulla ricerca scientifica di punta, inclusa la space economy.

Ricadute positive

L'economia legata allo spazio è rilevante anche per le sue esternalità positive, sia materiali che immateriali. Nel primo ambito, possiamo citare la sua rilevanza per la lotta al cambiamento climatico, la creazione di posti di lavoro di qualità e l'abilitazione di tecnologie ad alta performance che avranno un impatto anche in altri settori (si pensi a nuovi materiali o alle tecnologie mediche). In secondo luogo, da un punto di vista immateriale, il settore spaziale, per via del suo fascino intrinseco, crea un potente incentivo per incuriosire le giovani generazioni allo studio delle materie STEM e, a valle di mesi difficili per via

I prossimi anni presentano molte opportunità e incognite. Potrebbero svilupparsi intere nuove industrie, come ad esempio il turismo spaziale e la manifattura spaziale, e non si esclude una missione umana su Marte.

della pandemia, per costruire speranza e immaginario per il futuro. Oggi astronauti come Paolo Nespoli o Samantha Cristoforetti continuano a ispirare e comunicare la loro esperienza, mentre si espandono anche le possibilità per contribuire "dal basso", come nel caso di influencer come Adrian Fartade o Kellie Gerardi, o di contribuire direttamente tramite i progetti di *citizen science*.
I prossimi anni presentano molte opportunità e incognite. Alcuni sostengono che potrebbero svilupparsi intere nuove industrie, come ad esempio il turismo spaziale e la manifattura spaziale, e che il livello di ambizione dell'esplorazione potrebbe raggiungere nuove vette tramite un'ipotetica missione umana su Marte. Non è possibile sapere se queste speranze si avvereranno, ma è plausibile pensare che il processo di fusione tra infrastruttura spaziale, economia di Internet ed economia civile continuerà a proseguire, così come la riduzione dei costi e la democratizzazione delle applicazioni e dell'accesso allo spazio. Quello che è certo è che l'economia e l'esplorazione spaziale continueranno a catalizzare applicazioni determinanti per la vita sulla Terra, così come il pensiero di lungo termine e la speranza nel futuro.

Raffaele Mauro è General Partner di Primo Space, fondo di venture capital specializzato nella new space economy. In passato è stato Managing Director di Endeavor Italia, organizzazione che supporta le imprese ad alta crescita su scala internazionale, si è occupato di investimenti e sviluppo di iniziative per l'imprenditorialità innovativa presso il gruppo Intesa Sanpaolo e in fondi di venture capital come United Ventures (prima Annapurna Ventures) e P101. Membro della Kauffman Society of Fellows, ha ottenuto l'MPA ad Harvard con specializzazione in finanza internazionale, il dottorato di ricerca in Bocconi e il GSP presso la Singularity University nel campus NASA Ames. Young Leader presso lo US-Italy Council, è stato Junior Fellow presso l'Aspen Institute, fa parte del gruppo "Young European Leaders – 40under40" e del gruppo Future Leaders dell'ISPI. È autore dei libri *Hacking Finance* e *Quantum Computing*.

Ultracentenari e felici

Il re Gilgamesh in un bassorilievo sumero del 2600 a.C.

Le aspettative di vita continuano ad allungarsi e, secondo la scienza, all'orizzonte si profila la possibilità di vivere anche fino a 200 anni in buone condizioni di salute. Una prospettiva confortante ma che va preparata per tempo, predisponendo gli strumenti finanziari, pensionistici e sociali più appropriati.

A cura della Redazione

Il sogno dell'immortalità, o quantomeno di una vita molto lunga premiata da uno stato di inalterabile giovinezza, fa parte della psiche individuale e collettiva fin dalle origini. E non potrebbe essere altrimenti, vista la brevità dell'esperienza umana, di per sé già limitata, quando non ulteriormente accorciata da eventi traumatici, come incidenti, guerre o malattie. Ricordate l'epopea di Gilgamesh? È una saga della Babilonia di 4.000 anni fa. Se ne sono scritti volumi, se ne sono messe in scena affascinanti versioni teatrali. A

Gilgamesh viene rivelata, da un vecchio apparentemente immortale, l'esistenza di una pianta sul fondo del mare capace di donare la giovinezza eterna. Gilgamesh vuole donarla all'umanità, la cerca, la trova ma, nel riposarsi dopo l'avventura, ne viene derubato da un serpente. Il rettile vivrà in eterno e Gilgamesh invecchia disperato e muore, e tale resta il destino della sua progenie fino a oggi.
La saga è ai confini della storia scritta. Ma da allora i miti si sprecano. Eos, dea dell'aurora, chiede a Zeus di dare l'immortalità a Titone di cui si è innamorata. Desiderio esaudito, ma il dispettoso re degli Dei concede l'immortalità ma non la giovinezza ed Eos vivrà in eterno con un compagno sempre più decrepito. Teti punta all'immortalità di Achille e lo immerge nello Stige, tenendolo per il tallone. Omero ci racconta come è andata a finire. Matusalemme tocca, nell'Antico Testamento, i 969 anni di età, degno figlio di suo padre Enoch che genera decine di figli nei suoi 365 anni di vita. Una declinazione secolare di un certo interesse: quella degli Henokiens, come dire gli eredi di Enoch, è oggi una esclusiva associazione di 22 aziende familiari che vantano oltre 200 anni di storia; tra loro aziende italiane come Beretta e Amarelli, anche se la palma della più risalente spetta ai ryokan Shoshi, attivi dal 700 d.C. sempre nell'ambito della stessa famiglia.
Saltiamo ai tempi moderni. Celebre è il mito di Faust, raccontato nella grande letteratura mondiale da Goethe, Marlowe e altri, musicato da Gounod e portato sugli schermi per primo da Murnau. E, ancora, l'inquietante racconto di Dorian Gray dalla penna di Oscar Wilde, trasposto sugli schermi in un film con Angela Lansbury che 70 anni fa ottenne l'Oscar. E poi il recente film *The Age of Adaline*, che nel titolo italiano diventa significativamente *Adaline. L'eterna giovinezza*.
E saltiamo ai giorni nostri. L'immortalità sembra uscire dal mito e, per alcuni, diventa un obiettivo. Sono ricorrenti, agli onori delle cronache, le notizie di tycoon della tecnologia o della finanza che riversano miliardi nella ricerca delle formule della giovinezza, prolungata se non eterna. Si tratta di Jeff Bezos di Amazon, di Elon Musk di Tesla, e soprattutto di SpaceX e di Neuralink; ma anche di Bill Gates di Microsoft. Alcuni, come i primi due, guardano abbastanza prosaicamente a una propria eternità personale; altri, come Gates con la sua fondazione, ai destini dell'umanità. Obiettivo minimo sembrerebbe essere la longevità, ossia l'allungamento della vita umana fino a 150 anni, ma anche 200 o, persino, 500. Ma vi è anche l'ambizione dell'eternità, e in questo caso non si tratta di una pianta miracolosa in fondo al mare, ma di una massiccia ricerca cui si dedicano migliaia di scienziati. Di nuovo, l'obiettivo è la

Gli anziani, attualmente il 12% della popolazione mondiale, diventeranno quasi il doppio entro il 2050. La capacità di spesa di questo gruppo demografico supera già oggi i 15 trilioni globalmente. È la *silver economy*.

Sulla longevità si investono miliardi e miliardi. Obiettivo minimo è l'allungamento della vita umana fino a 150 anni, ma anche 200 o, persino, 500.

longevità, ma anche la perenne giovinezza; in fondo, però, si intravvede anche una sorta di immortalità.
Per molti sono soldi gettati al vento, passatempi da ricchi straricchi e viziati, innamorati di se stessi al punto da respingere l'idea, un po' seccante, della propria finitezza. A che scopo, sembrano chiedersi quei grandi, vantare un patrimonio di 100 e anche più miliardi di dollari se poi la vita è così breve? In realtà, la ricerca dei meccanismi della giovinezza è questione scientifica serissima e, come vedremo oltre, fondata su ricerche che hanno già portato risultati straordinari e che promettono di portarne molti di più nei prossimi anni e decenni.

La longevità è una cosa seria

Molti sono i fenomeni che convergono per portare a considerare gli obiettivi di longevità un fatto di solida realtà. La vita umana si allunga ogni giorno, nei paesi avanzati come in quelli in via di sviluppo. Migliore e più ricca alimentazione, progressi formidabili nella sanità, diffusione dell'istruzione, meno incidenti e meno vittime di guerre sono tra i fattori che contribuiscono al risultato. Conseguenza: popolazione globale che vive di più, con un raddoppio dell'aspettativa di vita da 40 a 80 anni in molte aree e in meno di un secolo. E una popolazione globale che aumenta: da meno di 2 miliardi un secolo fa a 7,5 oggi e 10, o forse 11, miliardi nel 2050.
In questo quadro, cresce la proporzione, e il numero, degli anziani over 65. E se ne scopre il valore, perché più anziani sì, ma anche più sani, più attivi, più ricchi degli altri segmenti di popolazione, con bisogni nuovi e nuove capacità di spesa (Figura 2). In America si conia l'espressione secondo cui "i 60 anni sono i nuovi 40 anni". Di questa coorte di over 65 si parla ormai come di un nuovo Eldorado pronto a scoppiare e lo si è battezzato creativamente la *silver economy.*
Fissiamo le idee: come hanno scritto Odile Robotti e Andrea Granelli su *Harvard Business Review Italia* nell'articolo intitolato "Il proiettile d'argento", l'aumento globale della popolazione anziana accelera e non è più solo un fenomeno del primo mondo. Gli anziani, attualmente il 12% della popolazione mondiale, diventeranno quasi il doppio entro il 2050 (Figura 1).
Nessuna meraviglia, quindi, che, solo negli USA, valgano come cluster già oltre 7 trilioni l'anno (stime di Merrill Lynch), cioè poco meno della Cina e più del Giappone. La capacità di spesa di questo gruppo demografico supera già oggi i 15 trilioni globalmente. Oltre a essere numericamente in forte aumento, infatti, gli anziani hanno in generale un buon reddito disponibile – spesso superiore a quello dei propri figli – che spendono per rimanere attivi e ingaggiati. Questa discontinuità rispetto alle generazioni precedenti negli stili di vita e, conseguentemente, nei consumi, fa sì che in USA e in Giappone già nel 2030 il cosiddetto *settore della longevità* arriverà a valere oltre la metà del PIL.
E l'Italia, in questo quadro, miete allori. Già oggi conta molti anziani: il 29% della popolazione ha più di 60 anni, mentre più del 23% è composto dalle persone over 65. La percentuale aumenterà ancora: il nostro è uno dei paesi in cui la speranza di vita è più alta nel mondo, 85 anni per le donne e 80,2 per gli uomini secondo le più recenti statistiche. Si prevede così che gli over 65 salgano nel 2050 al 34% (Figura 3). Solo Giappone e Germania stanno invecchiando più velocemente di noi: siamo, praticamente, medaglia di bronzo.
Ogni medaglia, ovviamente, ha il suo rovescio. Questi primati mettono a dura prova il sistema pensionistico e la tenuta del welfare. Vivere più a lungo è una benedizione, ma a condizione di poter vivere ulteriori anni e decenni in modo protetto e gradevole. A questo scopo, già diversi anni fa Linda Gratton e Andrew Scott invitavano, nel loro libro *The 100-Year Life*, a prendere coscienza dell'evoluzione in atto e sottolineavano l'esigenza di preparare la vita più lunga gestendo appropriatamente il risparmio, mobiliare e immobiliare, i futuri flussi finanziari, la relazione con figli e nipoti, la costruzione di una rete di rapporti sociali di supporto. E,

Figura 1 - **Nuovo continente?**

Oggi

1 miliardo di persone over 60

Entro il 2050

2 miliardi di persone over 60

Fonte: Aging Analytics Agency

Allianz Bank Financial Advisors - Percorso Formativo Longevity Care - Wealth Advisors Edizione 2021

Figura 2 - **Patrimonio e trend dei consumi**

Dato Nazionale (miliardi di euro)	55-64 anni	65 anni e oltre	Totale over 55
Patrimonio mobiliare stimato su numero pensionati Italia	207	1.679	1.886
Patrimonio immobiliare stimato su numero pensionati Italia	348	2.861	3.209
Patrimonio stimato nazionale in miliardi di euro per fasce di età	555	4.541	5.095
Percentuale su ricchezza nazionale	5,2%	42,7%	47,9%

> 5 mila miliardi di euro

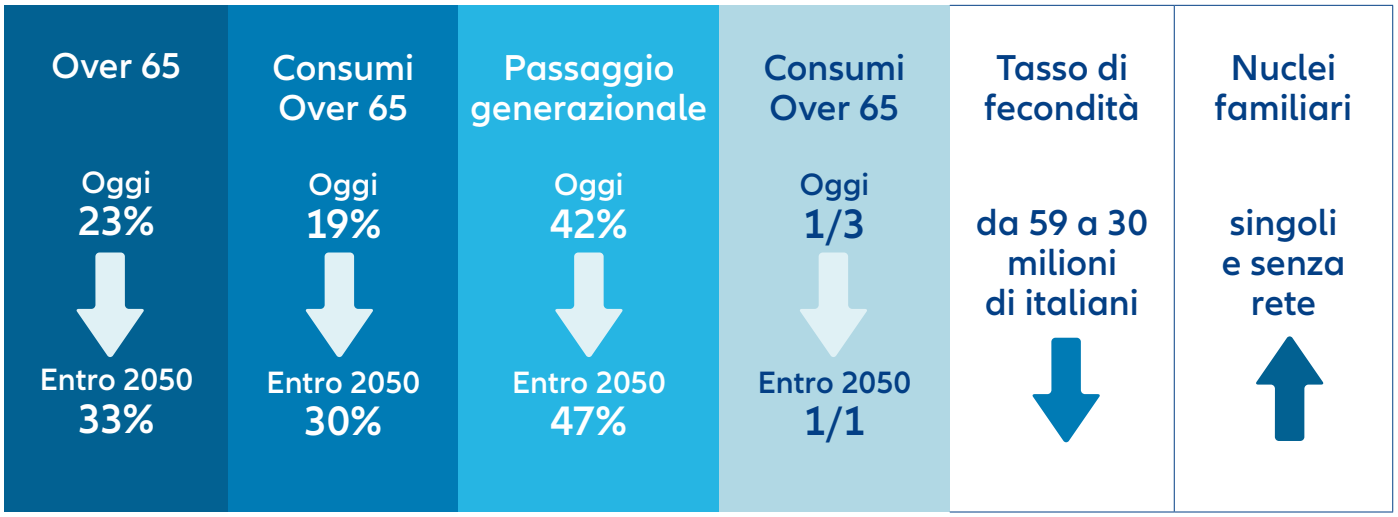
Consumi + passaggio generazionale

Spesa in crescita
CASA ++
PREVENZIONE E SALUTE +++
NUTRIZIONE ++
TEMPO LIBERO ++

Fonte: ISTAT 2021

Allianz Bank Financial Advisors - Percorso Formativo Longevity Care - Wealth Advisors Edizione 2021

Figura 3 - **I record dell'Italia** - 6 Trend topici



Fonte: ISTAT 2021

Allianz Bank Financial Advisors - Percorso Formativo Longevity Care - Wealth Advisors Edizione 2021

naturalmente, un piano sanitario opportuno fondato su uno schema in parte pubblico e in parte privato. Ancora più focalizzato e preciso un nuovo libro dei due autori, *La nuova longevità*, che definisce in modo concreto il percorso che le nostre società dovranno imboccare per fare fronte alla rivoluzione dell'età (si veda il box "Vivere a lungo, vivere bene").
Ha detto Pier Giuseppe Pelicci, co-direttore scientifico dell'Istituto Europeo di Oncologia (Ieo), in occasione della conferenza mondiale *The future of Science,* organizzata a Venezia dalla Fondazione Umberto Veronesi cita: «La nostra carta d'identità genetica parla chiaro: siamo programmati per vivere fino a 120 anni. È questo il limite massimo previsto per la vita umana, così come è scritto nel nostro Dna: l'obiettivo della ricerca scientifica è quello di far esprimere al meglio le potenzialità già racchiuse nei nostri geni per raggiungere in salute questo traguardo di longevità».
In quest'ottica, i sistemi pubblici di welfare sono chiaramente una porzione non solo insufficiente a supportare esistenze così prolungate, ma anche una porzione decrescente. Da qui l'espansione di sistemi di risparmio e pensione integrativi, studiati e proposti per programmare razionalmente le risorse auspicate per un'esistenza più longeva, più sana e più felice.

La vita umana si allunga di un mese all'anno. La conseguenza è che popolazione globale vive di più, con un raddoppio dell'aspettativa di vita da 40 a 80 anni in molte aree nel corso dell'ultimo secolo.

Vivere a lungo, vivere bene

Un'immagine le batte tutte: chi nasce in questi anni ha il 50% di probabilità di vivere oltre i 100 anni. Per chi è nato 50 anni fa questa probabilità non superava l'1%. È un'informazione fondamentale e spiega perché oggi si parli tanto di *ageing*, longevità, invecchiamento e malattie. D'altronde, un po' in tutti i Paesi i sistemi di welfare sono sotto stress, così come i sistemi sanitari. I primi devono finanziare pensioni che, all'origine, dovevano sostenere i lavoratori usciti dal ciclo produttivo solo per qualche anno; mentre oggi chi va in pensione rischia di starci per 30 o 50 anni. I secondi devono finanziare cure il cui costo sale esponenzialmente con l'avanzare dell'età, e l'età avanza eccome. Ogni anno l'età media della popolazione sale, in termini di aspettativa di vita, di un mese e in certi Paesi anche di più. E non riguarda solo i Paesi avanzati, ma anche quelli in via di sviluppo. A livello mondiale, l'età media è ben oltre gli 80 anni e i centenari sono legione. Gli ultrasessantacinquenni sono da un paio d'anni più numerosi dei bimbi sotto i 5 anni. E si potrebbe proseguire con dati e numeri, ma il quadro è chiaro. Meno chiaro è come fare fronte, nella vita e nel lavoro, a questo immane fenomeno.

Ne trattano, e non per la prima volta, Andrew J. Scott e Linda Gratton nel loro nuovo libro, *La nuova longevità*, in cui connettono il tema dell'*ageing* a quello più generale dell'evoluzione della tecnologia, dell'economia e della società. L'invecchiamento è strettamente connesso all'allungamento della vita, ma il tema è: che tipo di invecchiamento? Come vogliamo, o possiamo, vivere al meglio gli anni che la nuova longevità ci mette a disposizione? Quali meccanismi tecnologici ci possono supportare? Quali strutture sociali e di relazione? Quali supporti educativi e formativi? Già in passato i due autori avevano affrontato queste questioni nel loro pregevole libro *The 100-Year Life*, ma in questo nuovo lavoro vanno ben oltre. Il punto è che in sé i fenomeni di *ageing* possono essere benvenuti se ben radicati nella società, perché in caso contrario possono non essere la benedizione che sembrano. Nel campo del lavoro, che è la dimensione centrale, gli over 65 hanno le capacità, le energie e le conoscenze che consentirebbero loro di proseguire sulla strada di un'attività anche intensa laddove sostenuta da politiche aziendali adeguate e da strutture educative tali da garantire una formazione protratta nel tempo, al limite continua e permanente. Ma per ora le nostre società ne sono lontane.

La sfida, dicono i due autori, è dunque niente meno che "riprogettare il modo in cui viviamo", per assicurare ai nuovi "super-adulti" condizioni generali tali da consentire una vita produttiva e confortevole nei decenni della nuova longevità.

Occorre però che non si dia rilievo solo a quello che viene chiamato "ingegno tecnologico", ma alla capacità di innovare anche sotto il profilo umano, con ciò che viene definito come "ingegno sociale". A sua volta questo ingegno sociale deve riferirsi a tre punti essenziali: la narrativa della propria vita (*raccontarsi*), la capacità di cambiare (*esplorare*) e la disponibilità a comunicare con gli altri (*relazionarsi*). Il libro sviluppa questi punti di riferimento in direzioni diverse, del tutto non scontate, come base per fare in modo da connettere la nuova longevità alle necessità permanenti dell'essere umano.

Innovazione mirata

Gli anziani come consumatori sono, e sempre più saranno, un mercato importante, e le loro esigenze non soddisfatte possono essere fonte di innovazione nei prodotti/servizi e nei modelli di business. E, non meno importante, sono una riserva di forza lavoro per le organizzazioni.

Prendiamo, per esempio, il ritardo nelle infrastrutture e nei servizi per gli anziani. Secondo l'indice Global Age Watch di qualche tempo fa, per esempio l'Italia è al 39° posto per la qualità della vita dei senior. È un punto negativo ma, allo stesso tempo, rappresenta un'opportunità per chi colmerà il vuoto d'offerta.

Le città stesse dovranno essere ripensate a misura di età anziana avanzata: dal tipo di scalini (quelli troppo alti non vanno bene) alla presenza di maggiori sedute pubbliche per consentire pause di riposo ai senior che camminano. Un'altra area di enormi opportunità sono le tecnologie per gli anziani, soprattutto quelle digitali, che stanno avendo un vero e proprio boom, tanto da essere diventate una priorità per l'Unione Europea: l'home banking è stata una vera e propria *killer application* della terza età; i *medical device* connessi in remoto hanno già iniziato un percorso destinato a breve a diventare una marcia trionfale. Chi riuscirà a sviluppare prodotti tecnologici con un design specifico per questo target ha ottime prospettive.

A questo va aggiunto che i servizi destinati ai senior, che toccano moltissimi settori merceologici (sanità,

Tycoon della tecnologia o della finanza riversano miliardi nella ricerca delle formule della giovinezza, prolungata se non eterna. Si tratta di Jeff Bezos di Amazon, di Elon Musk di Tesla, e soprattutto di SpaceX e di Neuralink; ma anche di Bill Gates di Microsoft.

formazione continua, finanza, assicurazioni, ecc.), rimangono altamente frammentati, lasciando spazio per un consolidamento del mercato a opera di *business integrator* in grado di raggruppare entità piccole per cogliere le economie di scala e di scopo. Infine, la carenza di lavoratori qualificati che si abbatterà inevitabilmente sulle nostre economie, e che già si fa sentire, potrebbe venire colmata da senior richiamati in servizio grazie a formule flessibili adatte alle loro esigenze.
I loro bisogni dovranno essere compresi sempre più in profondità dalle aziende per fornire prodotti e servizi di successo e solo persone della stessa età potranno farlo con efficacia e completezza. Infatti, come notava qualche anno fa Luigi Pintor: «Della senilità si è scritto moltissimo, filosofi latini e romanzieri moderni, ma è una condizione che non può essere compresa per interposta persona. Si entra in un corpo estraneo ed imprevisto. Nessuno può farsi un'idea di questa mutazione senza sperimentarla, come nessuno può concepirsi formica senza esserlo».

Le promesse della scienza

Va bene. Vivremo più a lungo, magari molto più a lungo. Ma quanto? Al di là dei *rumors*, cosa dice la scienza? A sorpresa, anche se forse non per tutti, la scienza ci crede: è possibile non solo allungare, e di molto, la vita umana, ma anche invertire l'orologio biologico. Ossia, quantomeno fermare il meccanismo di invecchiamento ma anche, ed è già realtà, invertirlo e provocare ringiovanimento delle cellule. Un recentissimo libro di Andrew Steele esibisce il titolo di *Ageless*. Ma più significativo è il sottotitolo: *The New Science of Getting Older Without Getting Old*, ossia cosa può fare la nuova scienza per consentire di invecchiare senza diventare vecchi. Ma che vuol dire? Significa che, nientemeno,

I sistemi pubblici di welfare sono chiaramente una porzione non solo insufficiente a supportare esistenze così prolungate, ma anche una porzione decrescente. Da qui l'espansione di sistemi di risparmio e pensione integrativi, studiati e proposti per programmare razionalmente le risorse auspicate per un'esistenza più longeva, più sana e più felice.

secondo l'egregia sintesi dell'autore, la scienza e la tecnologia sono arrivate a un punto di svolta che sta portando l'umanità alle soglie di una sorta di "immortalità biologica", grazie a terapie che possono condurre a uno stato di "trascurabile senescenza". Attraverso la manipolazione genetica, si potrà arrivare, in tempi relativamente brevi, a terapie mirate non alla prevenzione della singola patologia, sia essa il cancro, il diabete, le malattie cardiovascolari e le degenerazioni neurologiche, oggi inevitabilmente connesse al progredire dell'età. Bensì a modificare e bloccare il processo stesso di invecchiamento, e magari invertirlo: in alcune varietà di insetti e nei topi la ricerca lo ha già realizzato e non si vede perché non possa, tra non moltissimo tempo, farne beneficiare anche gli umani.
La sintesi è affascinante e fantascientifica, e vale la pena ribadirla: prevenendo l'invecchiamento si prevengono in un colpo solo tutte le patologie portate dall'età e si elimina il concetto stesso di terapia specifica per una singola malattia.
Ha fatto sensazione, nell'aprile 2021, un dotto articolo uscito su *The New York Times* dal titolo "Possiamo vivere fino a 200 anni?". La risposta, sostanzialmente affermativa, è articolata in un lungo elenco delle tappe, dettagliate nel box, che la medicina potrà compiere nei prossimi anni. E per prossimi anni si intende sia il breve e medio periodo, ossia tra i 5 e i 30 prossimi anni, sia il lungo e lunghissimo termine, ossia tra i 30 e i 100 anni prossimi. Un orizzonte troppo lungo? Decisamente no, se si pensa che già oggi l'aspettativa di vita si allunga di un mese ogni anno e che il numero degli ultracentenari sale con una curva molto ripida. Un aneddoto conclusivo rende concreta questa evoluzione: fino a pochi anni fa il governo giapponese premiava il passaggio dei 100 anni regalando una moneta d'oro a ogni fortunata/o. Oggi, che i neo-centenari sono diverse migliaia ogni anno, l'ambìto premio è stato cancellato. Il Giappone rinnova i complimenti, ma le casse del Tesoro non se lo possono più permettere.

Vivere fino a 200 anni?

Nell'ultimo secolo le aspettative di vita dell'umanità sono raddoppiate.
Ecco le innovazioni future che potrebbero aiutarci a raddoppiare di nuovo.

Nei prossimi 5 anni

Integratori che allungano la vita
Un composto noto come alfa-chetoglutarato estende la durata della vita nei topi femmina e la durata della salute di entrambi i sessi. Se ne sta testando gli effetti sui marcatori di invecchiamento negli esseri umani.

Vivere sani grazie alla chimica
L'obesità può togliere più di 10 anni di aspettativa di vita. Il semaglutide, un farmaco che potrebbe presto essere approvato per la perdita di peso, è circa due volte più efficace di farmaci attuali.

Potenziare i generatori cellulari
Elamipretide, un farmaco che aiuta a ripristinare la funzione dei mitocondri in declino, le centrali elettriche delle cellule, è in attesa dell'approvazione della FDA.

Super proteine
Un composto simile al MOTS-c, un micropeptide che aumenta la forma fisica, previene l'obesità e aumenta la durata della vita sana nei topi è in sperimentazione umana e potrebbe essere approvato entro quattro anni.

Attivare l'immunità contro il cancro
Nuovi modi per mobilitare il sistema immunitario contro il cancro e nuove combinazioni di trattamenti esistenti porteranno la rivoluzione dell'immunoterapia a una più ampia varietà di tumori difficili da trattare.

Nuova luce sull'Alzheimer
Dispositivi che stimolano il cervello usando frequenze specifiche di luce e suono potrebbero aiutare a trattare il morbo di Alzheimer e altre cause di declino cognitivo.

Vaccini mRNA in arrivo per i tumori
I vaccini che sfruttano la tecnologia mRNA, che ha dato ottima prova con Covid-19, sono in cantiere per i melanomi, il cancro colorettale, il cancro alla prostata, il cancro al seno e altro.

Tra i 5 e i 10 anni

Cure basate su CRISPR
Gli studi clinici stanno attualmente utilizzando lo strumento di editing genico per trattare i disturbi del sangue, il cancro e una forma ereditaria di cecità; un intervento per le malattie cardiache è in fase di ricerca.

Il segreto di un sangue giovane
Sulla base di studi sui topi, i trattamenti che imitano la chimica del sangue giovane – diluendo il plasma o regolando altri fattori – potrebbero estendere la vita sana forse di decenni.

Un farmaco per il diabete anti-invecchiamento
La metformina aiuta già milioni di persone a gestire il loro diabete di tipo 2 e ad alleviare il rischio di cancro, malattie cardiache e persino il Covid-19. Una sperimentazione clinica sta testando se potrebbe abbassare la mortalità per tutti.

Una cura per l'H.I.V.
Una "cura funzionale" per l'H.I.V., che sopprime il virus senza bisogno di continuare il trattamento, potrebbe essere approvata dalla FDA entro 10 anni.

Microbiomi coltivati individualmente
Farmaci e diete personalizzate potrebbero ottimizzare le popolazioni di microbi nel nostro intestino, che cambiano con l'età e sono collegati con quasi tutti i sistemi del corpo.

Porre fine alla malnutrizione infantile
L'obiettivo delle Nazioni Unite di porre fine alla malnutrizione infantile entro il 2030 potrebbe salvare la vita di più di due milioni di bambini sotto i 5 anni all'anno.

Tra i 10 e i 20 anni

Progettazione genetica
Le terapie geniche possono permetterci di modificare i geni o regolare la loro espressione per prevenire o trattare tipi comuni di cancro, malattie autoimmuni, diabete e condizioni neurologiche.

Eliminare la tubercolosi
La tubercolosi ha ucciso circa 1,4 milioni di persone nel 2019. Entro il 2035, l'OMS mira a ridurre le morti per tubercolosi del 95%.

Fermare l'orologio epigenetico
I cocktail di farmaci in sviluppo potrebbero rallentare o invertire gli orologi epigenetici, che sono cambiamenti molecolari del DNA che influenzano quali geni vengono espressi con l'età.

Organi coltivati in laboratorio
Le vesciche coltivate in laboratorio sono già impiantate negli esseri umani. Quando i ricercatori capiranno come ricreare il complesso sistema di vasi sanguigni in altri organi - come reni, fegati e cuori - molti altri ne potrebbero seguire.

Eliminare le cellule vecchie
Una nuova classe di farmaci potrebbe essere in grado di uccidere o neutralizzare le cellule "senescenti", che emettono molecole che accelerano l'infiammazione e altre caratteristiche del declino cellulare.

Un farmaco antimicotico contro l'invecchiamento
La rapamicina, un antimicotico approvato in origine per prevenire il rigetto degli organi, ha allungato la vita dei topi di più di un terzo. Una sperimentazione sta testando i suoi effetti in 350 cani; sono in programma prove umane.

Tra i 20 e i 50 anni

Evitare gli incidenti d'auto con l'automazione
L'introduzione mondiale delle auto a guida autonoma potrebbe ridurre le morti per incidenti automobilistici di circa 585.000 vite in 10 anni.

Sradicamento della malaria
Modi migliori per uccidere le zanzare e le larve di zanzara, un maggiore accesso ai test rapidi e nuove terapie a base di artemisina potrebbero porre fine alla malaria - e alle 400.000 morti che causa ogni anno - entro qualche decennio.

Contenere l'uso dei combustibili fossili
I ricercatori stimano che affrontare l'inquinamento atmosferico eliminando le emissioni dei combustibili fossili e affidandosi invece all'energia eolica, solare, nucleare e ad altre fonti di energia a basse emissioni, potrà aumentare l'aspettativa di vita di 1,1 anni.

Tra i 50 e i 100 anni

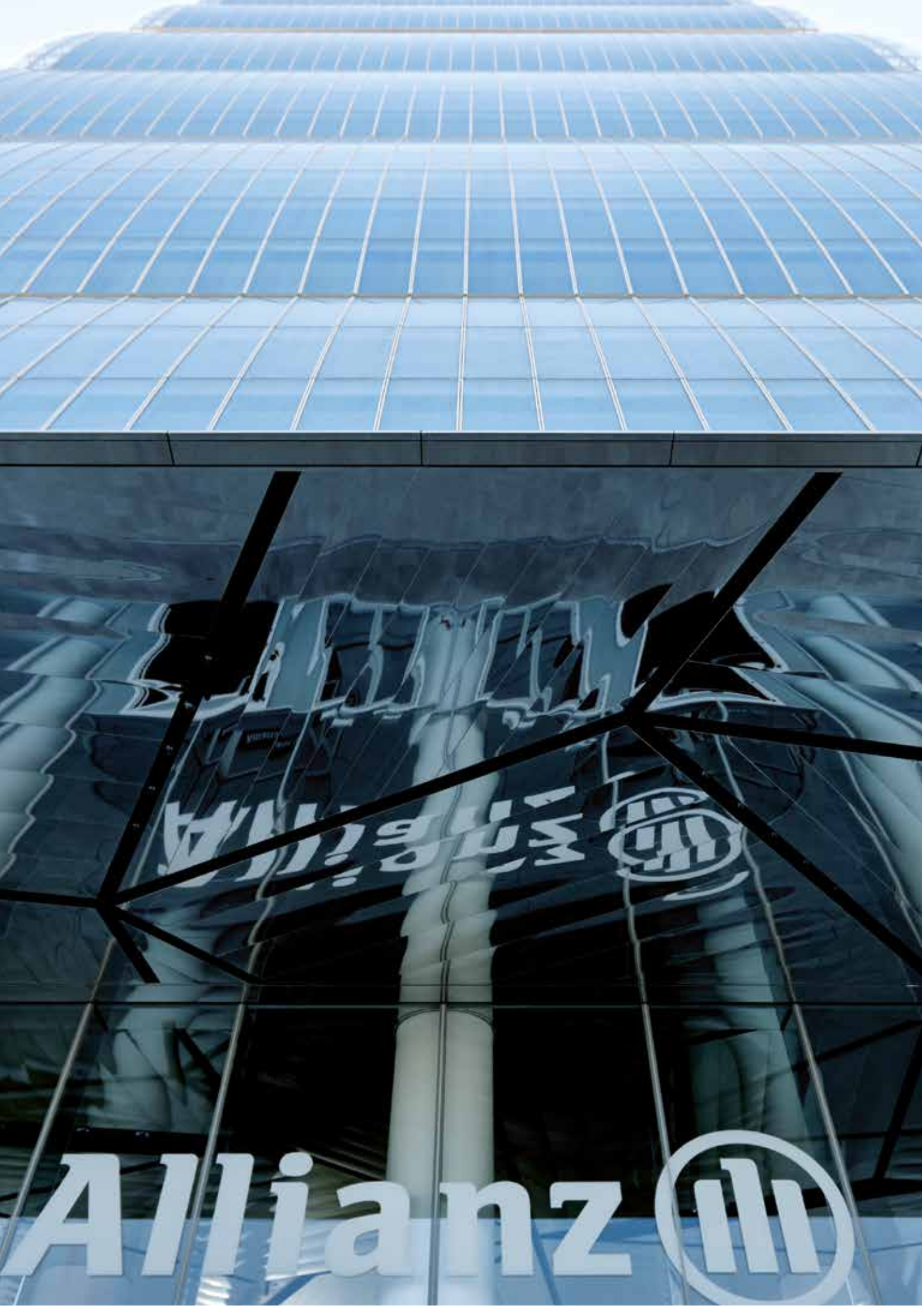
Robot chirurghi
I chirurghi robotici avanzati potrebbero suturare le ferite, rimuovere i tumori e riparare i tessuti con una precisione senza precedenti, riducendo gli incidenti mortali dovuti agli errori medici.

L'ascesa dei nanobot
Un giorno, i robot su scala nanometrica all'interno del nostro corpo potrebbero costruire sensori e altri dispositivi che aiuterebbero a sciogliere i coaguli di sangue, a combattere il cancro e a fornire farmaci mirati con precisione.

La riprogrammazione cellulare inverte l'orologio
L'attivazione di una manciata di geni può rendere le cellule di nuovo giovani e ringiovanire gli organi. Con un'iniezione accuratamente temporizzata, i ricercatori hanno recentemente restituito la vista a topi con nervi ottici danneggiati.

La clinica in casa
Robotica avanzata e intelligenza artificiale porteranno il presidio medico a casa tua. Dopo i controlli mattutini della saliva e delle urine, un apparecchio medico domestico progetta e stampa la medicina per ottimizzare il tuo metabolismo e il tuo microbioma per quel giorno.

Fonte: *The New York Times*


Allianz

Valori ed eccellenze

54 **L'eccellenza nel brand**
a cura della Redazione

58 **Un impegno a 360° di inclusione e valorizzazione di genere**
a cura della Redazione

62 **Alla conquista del Grande Nord**
a cura della Redazione

66 **Di nuovo al fianco dei più deboli**
a cura di Fondazione Allianz UMANA MENTE

Focus

Il brand Allianz si è posizionato nel 2021, per il terzo anno consecutivo, al primo posto nel settore assicurativo mondiale. E nella classifica globale dei brand è salito di ben cinque posizioni in un anno. L'eccellenza è una buona abitudine ma è frutto di impegno e serietà continua in tutti i campi, incluso quello della parità di genere. E proprio qui spicca l'accordo tra Allianz Bank Financial Advisors e Winning Women Institute. Altre aree di impegno ed eccellenza sono rappresentate dalla costante attività della Fondazione Allianz UMANA MENTE, a sostegno dei più deboli, e dal supporto fornito a Omar Di Felice, il ciclista estremo che dedica i suoi sforzi a sollecitare la comunità internazionale a prendere provvedimenti e consapevolezza sulle conseguenze del cambiamento climatico.

L'eccellenza nel brand

A cura della Redazione

Anche nel 2021, per il terzo anno di fila, il brand Allianz si è posizionato al primo posto tra le società assicurative in ben due diverse classifiche mondiali, quelle di Interbrand e di Brand Finance. Un successo rafforzato dall'aver conquistato posizioni di rilievo in entrambe le classifiche globali.

«Il brand Allianz dimostra una forte resilienza e capacità di offrire valore alle persone, alle aziende e al mercato in generale. Abbiamo lavorato duramente per applicare i nostri principi guida – Shape, Care and Deliver – al brand e alla customer experience».

Serge Raffard, Group Strategy, Marketing, Distribution Officer di Allianz SE

«Dietro a ogni impresa di successo, ha scritto il grande economista Peter Drucker, c'è qualcuno che ha preso una decisione giusta e coraggiosa». Nel caso di Allianz, questo principio si applica alla lettera. Se, anno dopo anno, il successo continua ad arrivare è perché moltissime persone si impegnano ogni volta per prendere le giuste decisioni, con professionalità e coraggio.
Il lettore vorrà perdonare questa digressione quasi filosofica che ci serve, però, per esprimere un preciso punto di soddisfazione e che riguarda il brand Allianz. Il quale, secondo l'Interbrand Best Global Brands ranking 2021, è risultato lo scorso anno il marchio assicurativo di maggior valore al mondo, salendo nella classifica generale dal 39° posto del 2020 al 34° nel 2021: e la scalata di cinque posizioni in un anno è la performance migliore da quando Allianz è entrata nel ranking dei 100 migliori marchi globali nel 2007.
Ancora migliore il posizionamento della società secondo un'altra classifica mondiale, questa volta stilata dalla società di consulenza strategica Brand Finance, che nel ranking Global 500 del 2021 ha attribuito ad Allianz il 30° posto, ma di nuovo al primo posto tra le compagnie assicuratrici operanti a livello internazionale, e come uno dei più forti leader dei servizi finanziari con un rating estremamente forte, pari a AAA -.
Tornando alla classifica Interbrand, il successo del brand dal punto di vista del valore è ancora più rilevante, dato che è cresciuto da un anno all'altro di ben il 17%, arrivando a quota 15,2 miliardi di dollari. Nessun altro, nel dinamico e competitivo mondo delle assicurazioni, si avvicina a tale risultato. Va anche sottolineato che il brand Allianz si era posizionato in testa alla classifica mondiale assicurativa anche nei due anni precedenti. Dunque, una tripletta piuttosto significativa.
Christian Deuringer, Head of Global Brand & Marketing di Allianz SE, ha commentato il risultato del 2021 sottolineando il grande contributo portato da tutti i collaboratori del gruppo. «Sono estremamente orgoglioso del fantastico risultato di quest'anno. Un grande ringraziamento ai nostri dipendenti, agenti e broker. Stanno davvero realizzando il nostro *purpose*, "Assicuriamo il vostro futuro", e lavorano instancabilmente per migliorare la customer journey e per trovare soluzioni semplici per dare ai clienti Allianz più fiducia nella vita quotidiana e nel futuro», ha detto Deuringer.[1]

1 Fonte: Comunicato stampa Allianz SE del 20 ottobre 2021. Per saperne di più clicca qui o inquadra il QR Code

La nuova brand identity di Allianz Bank, Investitori SGR e Darta Saving

È stata introdotta negli ultimi giorni del 2021 la nuova identità grafica digitale che rafforza l'appartenenza al Gruppo Allianz di tre società: Allianz Bank Financial Advisors, la banca rete del Gruppo in Italia; Investitori SGR, la società italiana di gestione del risparmio; e Darta Saving, la Compagnia Vita con sede in Irlanda. Ad accomunare il rinnovamento dei marchi sono la visibilità del brand Allianz e l'utilizzo di uno stile grafico ancora più affine a quello della Capogruppo.
Una scelta grafica in piena condivisione con le linee guida individuate dalla strategia di brand identity del Gruppo Allianz, riassunta nella formula "One Brand", che punta a un rafforzamento sempre più globale del brand Allianz. I nuovi brand saranno utilizzati in una prima fase solo sui canali digitali e gradualmente sugli altri canali fisici.

Secondo Interbrand, la scalata di Allianz nella classifica si basa sulle sue ottime performance e prospettive operative, sull'aumento dei ricavi legati al brand e sulla forza di quest'ultimo. Inoltre, lo scorso anno è aumentata l'influenza del brand Allianz sulle decisioni di acquisto dei clienti. Lo conferma Serge Raffard, Group Strategy, Marketing, Distribution Officer di Allianz SE, secondo il quale «il brand Allianz dimostra una forte resilienza e capacità di offrire valore alle persone, alle aziende e al mercato in generale. Abbiamo lavorato duramente per applicare i nostri principi guida – Shape, Care and Deliver – al brand e alla customer experience» (vedi nota 1).
Per fare ulteriormente leva sulla forza del brand, Allianz ha cercato di migliorarne la coerenza, l'affinità e la distintività a livello globale. L'approccio "One Brand" è stato, infatti, applicato con l'obiettivo di rappresentare l'identità del marchio con un unico logo e un unico messaggio.[2] Inoltre, Allianz ha migliorato la customer experience a livello globale ascoltando attentamente i propri clienti attraverso diversi programmi e affrontando le loro esigenze ancora irrisolte.

2 Per ulteriori approfondimenti leggi il box "La nuova brand identity di Allianz Bank, Investitori SGR e Darta Saving".

Secondo Interbrand Best Global Brands, Allianz è risultato nel 2021 il brand assicurativo di maggior valore al mondo, salendo nella classifica generale dal 39° posto del 2020 al 34° nel 2021.

I ranking di Interbrand e Brand Finance

Interbrand ha aperto la strada al concetto di valutazione del brand nel 1988. È stata la prima società ad avere una propria metodologia certificata ISO 10668 (requisiti per la valutazione economica del marchio) e ha svolto un ruolo chiave nello sviluppo dello standard stesso. Dal 2000, la classifica e il report Best Global Brands sono pubblicati annualmente e sono fra i più riconosciuti in ambito brand management.
Anche Brand Finance opera le sue valutazioni del marchio in conformità con gli approcci ISO 10668, lavorando in modo collaborativo e flessibile con i clienti e rivelando sempre i dettagli della modellazione e dell'analisi. I tre approcci di valutazione del marchio (mercato, costo e reddito) delineati nella ISO 10668 sono comuni a qualsiasi tipo di valutazione, non solo a quelli dei marchi. Questo li rende gli approcci più utilizzati e affidabili da tribunali, contabili, esperti finanziari e dall'International Valuation Standards Council (IVSC).

Un impegno a 360° di inclusione e valorizzazione di genere

A cura della Redazione

È solo del 20%, in Italia, la quota femminile nelle reti di consulenti finanziari. Una realtà che Allianz Bank Financial Advisors è determinata a cambiare. Per questo è importante l'accordo siglato dalla banca con Winning Women Institute, per sviluppare un modello di analisi volto a promuovere la parità di genere nella propria rete.

Nel mondo della finanza, è noto che la componente femminile è storicamente sottorappresentata, in modo particolare quando ci si avvicina a ruoli di vertice nella scala delle responsabilità. Non fa eccezione il settore della consulenza finanziaria dove solo un professionista su cinque è donna. Una situazione che Allianz Bank Financial Advisors da tempo ha deciso di correggere, con molteplici azioni orientate a valorizzare le donne nelle diverse posizioni.
Per questo motivo è significativo l'accordo che la banca rete del Gruppo Allianz in Italia ha siglato a fine 2021 con Winning Women Institute, organizzazione impegnata a diffondere la parità di genere nel mondo del lavoro, per lo sviluppo di un modello di analisi di gender equality sulla propria rete di consulenti finanziari. È, infatti, la prima volta che in Italia un'azienda promuove la certificazione della parità di genere sulla rete di consulenti finanziari formata da liberi professionisti iscritti all'albo unico dell'OCF.
«Il nostro impegno – ha commentato Paola Pietrafesa, Amministratore Delegato di Allianz Bank dal 2018 – è in assoluta coerenza con gli obiettivi di Inclusion & Diversity perseguiti dal Gruppo Allianz SE che per il settimo anno consecutivo è stato incluso nel Gender Equality Index di Bloomberg, l'indice mondiale che valuta la presenza e il ruolo femminile nelle organizzazioni, incrementandolo nel 2021 dal 79% all'87% (contro una media delle aziende certificate pari al 71%)». E per quanto riguarda le pratiche di Human Resources, Pietrafesa ricorda che il Gruppo Allianz SE è stato anche certificato EDGE (Economic Dividends for Gender Equality) «una certificazione sviluppata e lanciata in occasione del World Economic Forum nel 2011, che riconosce il grande impegno del Gruppo nelle pari opportunità per tutti i generi. Inoltre, in Italia Allianz S.p.A. è stata recentemente riconfermata dall'ente internazionale Top Employers Institute come *employer of choice* per il secondo anno consecutivo grazie all'eccellenza delle sue politiche e strategie HR».

Obiettivo valorizzazione

Ma è proprio l'aspetto della libera professione – con meno sicurezze e garanzie rispetto alla carriera professionale da dipendente – quello che storicamente ha frenato l'ingresso delle consulenti donna nel mondo delle reti. Ad oggi, in Italia la percentuale femminile nelle reti è circa il 20%, una quota che si confronta con il 27% tra i private banker e con quasi il 50% tra i gestori del segmento affluent nelle banche tradizionali.
La situazione sta però cambiando, complice anche la forte spinta all'innovazione tecnologica la quale ha aperto nuove opportunità, che Allianz Bank vuole cogliere per prima, puntando sulla crescita della presenza femminile nella propria rete distributiva, forte di 2.300 professionisti su tutto il territorio nazionale. Sviluppando un articolato progetto di valorizzazione delle donne.
«L'accordo con Winning Women Institute – spiega Pietrafesa – si inserisce con coerenza nel più ampio programma di Allianz Bank avviato nel 2018 per sensibilizzare e sostenere la crescita di professionalità al femminile tra le nostre consulenti donna. Siamo convinti che puntare sulla presenza femminile in tutti i ruoli possa portare maggiori vantaggi e ci posizioni, anche su questo fronte, leader sul mercato italiano. Per fare ciò, stiamo mettendo a

È proprio l'aspetto della libera professione – che comporta meno sicurezze e garanzie rispetto alla carriera professionale da dipendente – che storicamente ha frenato l'ingresso delle consulenti donna nel mondo delle reti.

L'accordo con Winning Women Institute si inserisce con coerenza nel più ampio programma di Allianz Bank avviato nel 2018 per sensibilizzare e sostenere la crescita di professionalità al femminile tra le consulenti donna.

punto un percorso di sostegno e cura dedicato a supportare le donne in questa professione, che attualmente non presenta tutele adeguate alla maternità e la cura della famiglia».
Con la certificazione della parità di genere, Allianz Bank si pone un duplice obiettivo, finalizzato a sviluppare iniziative concrete rivolte alle professioniste donna. Da una parte, si potranno quantificare i benefici già apportati dalla presenza femminile all'interno dell'organizzazione; dall'altra, si potranno misurare le potenzialità di sviluppo futuro attraverso strumenti di on-boarding delle consulenti neo inserite e formazione dedicata, nonché innovative formule di welfare per le eventuali sospensioni dall'attività professionale dovute a maternità o caregiving.
«Ormai da diversi anni – commenta Enrico Gambardella, Presidente di Winning Women Institute – aiutiamo le aziende a raggiungere la certificazione della parità di genere, riconoscendola sia come un diritto e un valore etico, sia come condizione strategica e vantaggio competitivo. Siamo orgogliosi di poter lavorare su questo progetto di Allianz Bank, poiché lo riteniamo particolarmente innovativo. Per la prima volta, infatti, abbiamo a che fare con un'azienda che applica i valori della gender equality non solo verso le risorse interne, ma anche verso la rete di consulenti esterni, importanti figure di collegamento con i clienti».
In Allianz Bank, dal 2017 al 2021, il numero di donne inserite nella rete di consulenti finanziari è aumentato del 15% – ad oggi sono oltre 530 professioniste – e per i prossimi tre anni è prevista un'ulteriore forte crescita; un obiettivo ambizioso retto anche dai più recenti dati del mondo private banking di AIPB (Associazione Italiana Private Banking), secondo i quali in Italia circa il 10% della ricchezza finanziaria privata complessiva è servita da private banker e consulenti donna, con un trend in costante crescita.
«Per accelerare l'inclusione e lo sviluppo professionale femminile – sottolinea Paola Pietrafesa – puntiamo, da un lato, sulla digitalizzazione, che consente di curare la relazione con il cliente anche a distanza in modo accurato ed efficiente in tutti i suoi aspetti, e dall'altro sull'utilizzo del modello di lavoro in team, che favorisce la condivisione delle competenze con un approccio consulenziale multidisciplinare e integrato. Stiamo inoltre mettendo in campo un pacchetto di sostegni per supportare le donne in questa professione, come percorsi di *inserimento professionale* e formazione dedicati e innovative formule di *welfare* per supportare maternità o *caregiving*».

I programmi di inclusione di Allianz Bank

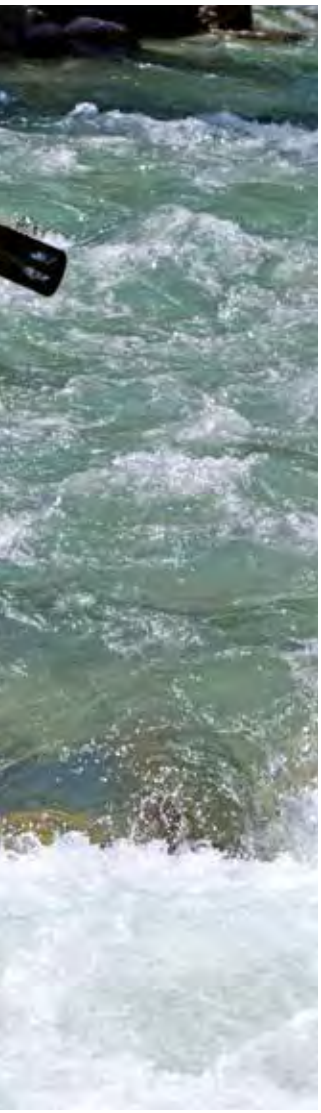
Allianz Bank valorizza così, ancora una volta, il suo programma di inclusione e valorizzazione di genere, che ha già dato avvio a diverse iniziative: tra le principali, l'istituzione della

In Allianz Bank, dal 2017 al 2021, il numero di donne inserite nella rete di consulenti finanziari è aumentato del 15% – ad oggi sono oltre 530 professioniste – e per i prossimi tre anni è prevista un'ulteriore forte crescita.

Commissione PINK, collegio permanente dell'Allianz Advisors Academy (l'organizzazione interna alla banca che raccoglie i migliori consulenti della rete) rivolta al benessere, allo sviluppo professionale e alla leadership delle consulenti finanziarie e Private della banca, per inserirle in ruoli manageriali di primo livello all'interno della rete distributiva.
L'impegno per la parità di genere ha portato Allianz Bank a organizzare, nel 2021, PINK Energy, un evento della Commissione PINK dedicato a tutte le donne della rete, dal quale, a seguito di una survey, è emersa la richiesta di ulteriori e più incisive azioni a supporto dei valori di meritocrazia, inclusione e cooperazione.
Allianz Bank sostiene in particolare due dei principi cardine del Gruppo Allianz: Inclusion & Diversity e Inclusive Meritocracy. Per questo, ha avviato numerose iniziative rivolte al mondo della consulenza finanziaria declinata al femminile con molteplici obiettivi quali: valorizzare il ruolo intellettuale e decisionale delle financial advisor donna anche attraverso percorsi di formazione per lo sviluppo della leadership; sviluppare relazioni con professioniste e imprenditrici del mercato; comporre specifici team al femminile dedicati ad attività complesse per esaltare le diversità di esperienze a servizio della qualità; e creare percorsi di crescita professionale a ogni livello, chiari, percorribili e ambiziosi.

Attività di rafting lungo il Torrente Noce con le famiglie di Hol4All - ph. Andrea Piramidal

Nel 2022 continua l'impegno
della Fondazione Allianz UMANA MENTE
con i progetti "ConcretaMente",
per sostenere famiglie in difficoltà,
e "Hol4All" per offrire vacanze e tempo libero
di qualità a bambini e giovani con disabilità.



Di nuovo al fianco dei più deboli

A cura di Fondazione Allianz UMANA MENTE

L'emergere della pandemia e la successiva introduzione delle misure di contenimento hanno contribuito ad acuire problemi sociali preesistenti. Le statistiche nazionali ben fotografano queste pesanti conseguenze. Ad esempio, i giovani, tra i principali beneficiari degli interventi della Fondazione Allianz UMANA MENTE, hanno subito pesanti ricadute sul piano psicologico dovute all'isolamento, mentre la loro situazione occupazionale è peggiorata. Nel corso degli ultimi due anni, il numero dei NEET – i giovani che non lavorano, non studiano e non sono iscritti a corsi di formazione – è cresciuto, rendendo l'Italia il paese dell'UE con il maggior tasso di NEET.
Venendo alla seconda categoria di beneficiari dei progetti della Fondazione – le persone con disabilità –, la chiusura dei centri diurni nel 2020 ha negativamente impattato sul loro stato di salute e i *caregiver* hanno pagato, a loro volta, un duro prezzo per via dell'interruzione dei servizi di assistenza e degli spazi diurni. Per potersi prendere cura dei loro figli con

Passeggiata con il gruppo famiglie di Hol4All - ph. Andrea Piramidal

disabilità molti genitori hanno dovuto lasciare il lavoro.
Per contribuire a dare risposte a questi problemi, subito nei primi mesi del 2020, la Fondazione Allianz UMANA MENTE ha stanziato risorse destinate a sostenere gli enti non profit con cui è attivata una collaborazione. A questo filone di interventi appartiene *ConcretaMente*, un progetto realizzato in partnership con il Gruppo Pellegrini S.p.A. e avviato in occasione del Natale 2020 per offrire un aiuto immediato a famiglie con figli con disabilità e in situazione di disagio socioeconomico.
ConcretaMente è un gesto di solidarietà alimentare che, tra il 2020 e i primi mesi del 2021, ha messo a disposizione di oltre 300 famiglie in tutta Italia "buoni spesa" destinati all'acquisto di generi alimentari e di prima necessità, garantendo così un supporto economico a chi ha visto ridotta la propria capacità di acquisto. A causa del perdurare della pandemia e delle crescenti difficoltà economiche, nel 2022 la Fondazione ha deciso di stanziare nuovi fondi per dare vita a un'altra edizione del progetto con l'obiettivo di supportare nuove famiglie.
Prosegue inoltre il progetto *Hol4All*, avviato per la prima volta lo scorso anno a Madonna di Campiglio e che ha regalato una vacanza di una settimana tra le Dolomiti del Brenta presso il TH Madonna di Campiglio – Golf Hotel, un soggiorno ricco di attività a favore di giovani con una malattia rara o con gravi disabilità e alle loro famiglie. In occasione di questa prima sessione, le attività in programma hanno spaziato da attività culturali – come la visita al Museo dell'Aeronautica "Gianni Caproni" di Trento o l'incontro con l'artista Fabio Vettori, che ha fatto delle sue formiche un marchio distintivo – al trekking tra i boschi, corsi di golf, corsi di sopravvivenza, rafting, percorsi di arrampicata sugli alberi, al Flying Park di Malè e attività indoor, come la terapia ricreativa in piscina o le cooking class con lo chef dell'hotel.
Anche l'iniziativa *Hol4All* sarà replicata con nuove famiglie beneficiarie, nuove attività e nuovi partner progettuali. In particolare, la Fondazione Allianz UMANA MENTE ha riconfermato la sessione di Madonna di Campiglio e sta programmando alcune sessioni di vacanza in nuove location. Tra queste, Corvara in Alta Badia e La Thuile in Valle d'Aosta.

Attività ricreative con le famiglie di Hol4All ph. Andrea Piramidal

Hol4All

Alla conquista del Grande Nord

La nuova avventura di Omar Di Felice, l'ultracyclist, è una lunghissima pedalata invernale nelle terre più fredde del Pianeta, dalla Kamchatka all'Alaska, passando attraverso la Lapponia (Finlandia, Svezia, Norvegia) le isole Svalbard, l'Islanda e la Groenlandia prima dell'approdo, in nord America. L'obiettivo è mettere alla prova i limiti estremi dell'essere umano, ma anche per sollecitare più attenzione per i temi del riscaldamento globale e del cambiamento climatico.

“Il coraggio senza la ragione è solo follia”.

A cura della Redazione

Ha avuto inizio il 2 febbraio la nuova avventura di Omar Di Felice. Un grande tour nel Grande Nord, ai limiti del possibile, con l’intento di dimostrare la capacità dell’essere umano di raggiungere i propri obiettivi, ma anche di sensibilizzare il pubblico sulla necessità di preservare il nostro mondo, grazie al progetto “Bike to 1.5 °C”.

Il tour è iniziato nel pieno dell’inverno russo dove Omar è rimasto sorpreso da un caldo anomalo che richiama il cambiamento climatico: in Kamchatka ha trovato -15/-20°C, temperature al di sopra della media stagionale. Meglio per l’ultracyclist che si propone di attraversare una delle terre più fredde al mondo, ma inquietante per il Pianeta.
La prima parte del Giro del mondo artico è dunque la pedalata di 800 km su e giù attraverso vulcani, fonti di acqua calda e una natura selvaggia ancora incontaminata. I poliziotti, sconcertati ma ammirati, lo avvertono che ci lascerà certamente la pelle, tra venti gelidi e tormente di neve. Beh, gli concedono di avere un 99,9% di probabilità di non arrivare, e dunque un micragnoso 0,1% di possibilità di farcela. Di Felice fa spallucce e parte: «Probabilmente hanno ragione, ma è su quello 0,1% che ho sempre realizzato i miei obiettivi, ed è tutto quello di cui ho bisogno», è il commento dell’ultracyclist.
L’inimmaginabile avviene: primo uomo a realizzare la traversata della Kamchatka nel micidiale inverno. Il tempo registrato: 5 giorni e 8 ore. Ma, in fondo, vincere la Kamchatka è stato un riscaldamento per tutto ciò che ancora lo attende nel breve: Lapponia, Russia, Finlandia, Svezia e Norvegia. Qualche giorno di riposo e poi via di nuovo, dal confine russo per oltre 1.500 chilometri fino a TromsØ, in Norvegia, attraversando la Lapponia. Sette giorni di fatiche e sofferenza, dal 9 al 16 febbraio. Non molti gli umani che lo vedono passare, forse di più gli orsi bruni, qualche renna, ogni tanto un lupo in lontananza.
E poi, l’esplorazione delle Svalbard, quattro giorni attraverso Spitsbergen, l’isola principale dell’arcipelago nel cuore dell’Artico, con arrivo il 1 marzo. Ma le condizioni sono peggiorate e la grande sfida si svolge in un contesto ai limiti del sopportabile, da solo, dovendo gestire *tutto*, in primis la logistica e ogni più piccolo spostamento, a volte trascinando una slitta con le

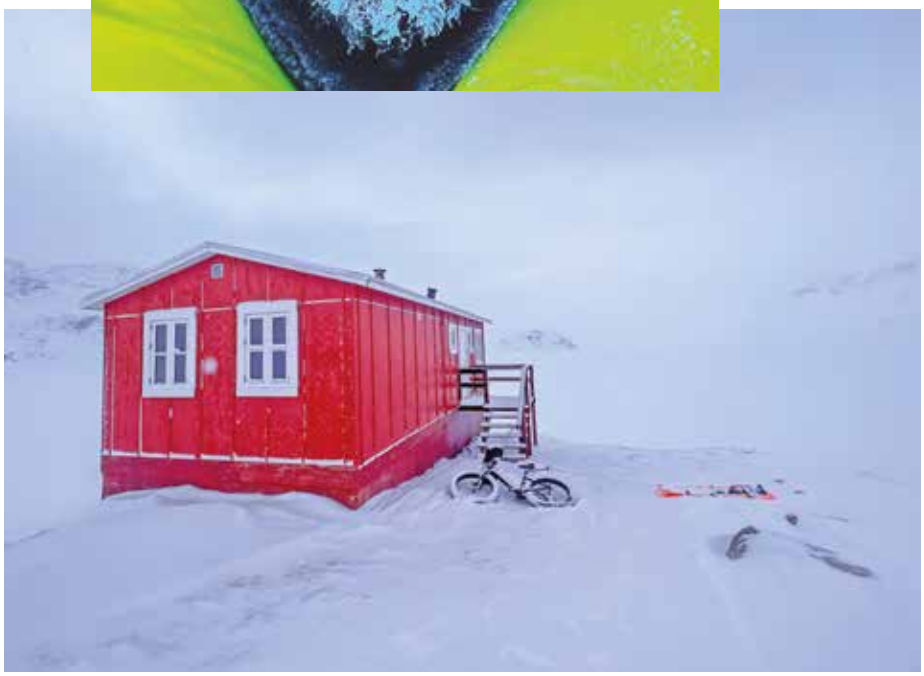
ruote della bici che affondano nella neve. Il termometro segna –30°C, ma la realtà è un'altra. La temperatura equivale a –41°C di percepita a causa degli altri due fattori che determinano il *wind chill*: il vento e l'umidità.
«Ogni giorno è un delicato gioco di equilibri, dice Omar, da quando metti il naso fuori a quando rientri devi essere bravo a valutare ogni minimo fattore. Anche il solo gesto con cui azioni la leva del cambio deve essere quanto più delicato possibile. Quassù non c'è spazio per l'improvvisazione. Ne va della vita».
È vero ed è un altro dei già numerosi insegnamenti che l'avventura di Di Felice ci consegna e di cui dovremmo fare tesoro. "Il coraggio senza la ragione è solo follia".
E poi è il momento della Groenlandia. Quando Omar di Felice atterra in Groenlandia sente forte l'emozione: non tanto per il luogo in sé, in fondo l'essere umano si è dimostrato capace di raggiungere lo spazio per cui teoricamente nessuna meta gli è preclusa. Quanto, piuttosto per il "come": qui, in solitaria e in solitudine, con la sua bicicletta e una slitta necessaria a trasportare tutto ciò di cui avrà bisogno. Sogni compresi.
«Ho vissuto momenti come questo moltissime volte nella vita, ma non importa che fosse la prima volta in bicicletta lontano dalla via di casa, su una salita alpina o quassù oltre il circolo polare: perché la passione, quel "fuoco", e il mio personalissimo modo di vivere e interpretare l'esplorazione (che è prima di tutto un silenzioso viaggio alla scoperta di me stesso) è sempre quello che mi ha regalato la visione sulla vita che avrei sempre amato».
Con queste parole Omar inaugura le sue prime pedalate in Groenlandia in una magnifica giornata di sole. Coperta da ghiacci per l'84% della sua superficie, la Groenlandia è l'isola più grande della Terra e al contempo è la nazione meno densamente popolata. Un territorio magico caratterizzato da fenomeni naturali unici. Omar parte per la prima

L'avventura di Omar in podcast

Una breve collana audio seguirà Omar lungo il tragitto, in compagnia di Marzio Mian, giornalista ed esperto di geopolitica, autore di Artico, la battaglia per il Grande Nord, e di Marco Antonelli, naturalista e collaboratore di WWF Italia.
Dopo aver fatto ingresso alla Conferenza ONU sul Clima COP26, la bici di Omar Di Felice e il suo progetto "Bike to 1.5 C" viaggiano lungo i 4.000 km del Circolo Polare Artico.
Un'incredibile sfida in solitaria lungo tre contenenti, Asia, Europa e America.
Una nuova impresa sportiva per il nostro amico ultracyclist.
Se vuoi ripercorrere l'esperienza di Omar Di Felice puoi ascoltare i podcast cliccando qui o inquadrando il QRCode.

Quando Omar atterra in Groenlandia sente forte l'emozione: non tanto per il luogo in sé, ma per la prospettiva di dover affrontare la sfida in solitaria e in solitudine, con solo la sua bicicletta e una slitta.

«Tutti dobbiamo fare la nostra parte, ma chi sta in sella non a un velocipede ma a un Governo o a istituzioni sovranazionali deve agire con veloce determinazione per salvaguardare i giovani, il futuro e tutto il Pianeta».



tappa da Kangerlussuaq (dove fa ritorno per la notte) verso il ghiacciaio Russel con temperature gradevoli di –10° C e sole, ma una volta raggiunto il plateau un calo brusco delle temperature e fortissimi venti lo mettono nella pessima condizione di sfidare il rischio di un congelamento: «La prima regola quassù è: pedalare sempre come se fosse il primo giorno con il massimo grado di allerta!» sottolinea Omar, che da domani pedalerà nel cuore del nulla verso Sisimiut lungo l'Arctic Circle Trail.

Ultracyclist sì, ma sostenibile

Domanda: e se mi propongono di andare a una conferenza mondiale sul clima e percorrere 2.000 km in otto giorni per portare un messaggio di ottimismo, ma anche di urgenza e di stimolo a fare di più, con che mezzo ci

Omar Di Felice non è nuovo a grandi imprese. Negli anni scorsi ha realizzato, in sella alla sua bici, alcune avventure estreme in ambiente artico toccando Capo Nord, Alaska, Islanda e Mongolia.
E ha raggiunto in inverno il campo base dell'Everest.

vado? Con l'aereo, il treno, l'automobile? Risposta: in bicicletta, naturalmente, il mezzo di trasporto che è il simbolo dell'energia pulita e della convivenza tra l'uomo e l'ambiente. Più facile a dirsi che a farsi, ovviamente, ma Omar Di Felice l'impresa l'ha compiuta.
Nei giorni prima della conferenza COP26 di Glasgow del novembre scorso, infatti, Omar ha inforcato la sua bicicletta e ha attraversato l'Europa fino in Scozia per portare un messaggio ai rappresentanti dei 196 Paesi convenuti e chiedendo loro il massimo impegno per raggiungere l'obiettivo della conferenza: individuare metodi e strumenti per scongiurare l'aggravamento del riscaldamento globale in atto su scala planetaria e limitarlo nei prossimi anni a quella soglia di 1,5 gradi medi definita da tempo come quella indispensabile per evitare conseguenze irreversibili su ecosistemi e persone. Ogni conferenza sul clima ha degli obiettivi complessi e seppur a Glasgow ci siano stati molti passi avanti anche per le relazioni tra i diversi Paesi del mondo, rimane l'urgenza di concretizzare gli impegni che ogni nazione ha preso in quella sede.

Ma, risultati a parte, l'impresa di Omar resta una tappa significativa di cui vale la pena conoscere lo spirito e la concreta realtà. Va innanzitutto ricordato che Omar Di Felice non è nuovo a grandi imprese. Negli anni scorsi l'ultracyclist, innamorato del ciclismo da quando, ragazzino, venne ispirato dalle prestazioni di Marco Pantani, ha compiuto avventure estreme in ambiente artico ("Through the Arctic Highway") giungendo fino a Capo Nord nel 2018 e in Alaska e Islanda nel 2019; è stato il primo ad attraversare in inverno il Deserto del Gobi in Mongolia; e ha raggiunto, sempre in inverno e sempre sul sellino, il campo base dell'Everest.
Ancora più impegnativa, come si legge sopra, l'esperienza che, nei primi mesi di quest'anno, l'ha portato a compiere un lungo giro nel nord del Pianeta muovendosi in bicicletta in totale autonomia, pedalando attraverso le tre linee di demarcazione dei confini artici (il circolo polare artico, la linea delle isoterme +10°C di luglio e la linea artica degli alberi).
Dunque, per un "super eroe" della bicicletta i 2.000 km dall'Italia alla Scozia non sono stati il percorso più impegnativo della sua straordinaria carriera, ma di certo nemmeno un'esperienza insignificante. Ha detto Di Felice il 31 ottobre 2021, prima giornata di lavori della COP 26: «È stata dura arrivar fin qui. La mia è stata la prima bicicletta a entrare alla conferenza e non nascondo che è stato forse più difficile questo passaggio che non pedalare per arrivare al campo base dell'Everest».
Uno sportivo simpaticamente ironico, dunque, che ha coperto in poco più di una settimana la distanza fra Milano e Glasgow, viaggiando in completa autonomia e affrontando i rigori del Nord Europa che, a fine ottobre, sono già piuttosto sfidanti. E che, nel superare le Alpi, si è imbattuto in alcuni personaggi di rilievo: come il ciclista che percorre le montagne per documentare la fusione dei ghiacciai, un fenomeno ormai molto più avanzato di quanto non si creda; o il giovane Hans, che nelle montagne ticinesi ha aperto un "bed and bike", dove possono trovare rifugio i ciclisti che percorrono i rilievi e che cercano un buon riparo per la notte.
«In realtà, ha commentato Omar arrivando nella capitale scozzese, non ho dovuto sopportare un tempo troppo avverso; sicuramente, dieci anni fa in questi paesi il clima era più rigido e piovoso. Ma non è una soddisfazione, perché se qui fa più caldo e si può fare a meno di un abbigliamento pesante altrove è il Pianeta a pagarne il costo in termini di innalzamento globale delle temperature».
Ed è questo il messaggio che Di Felice, entrando con la sua bici nella sala delle conferenze e rivolgendosi ai potenti riuniti, ha voluto trasferire. Il clima sta cambiando e occorre agire subito per limitare ulteriori incrementi delle temperature globali. Tutti dobbiamo fare la nostra parte, ma chi sta in sella non a un velocipede ma a un Governo o a istituzioni sovranazionali deve agire con veloce determinazione per salvaguardare i giovani, il futuro e tutto il Pianeta.
Messaggio ricevuto, grazie Omar.

In Kamchatka i poliziotti lo avvertono che ci lascerà certamente la pelle, tra venti gelidi e tormente di neve. Beh, gli concedono di avere un 99,9% di probabilità di non arrivare, e dunque un micragnoso 0,1% di possibilità di farcela. Di Felice fa spallucce e parte.

COMCAST

Competenze

74 **Matteo Galeotti nominato Head of Wealth & Corporate Advisory di Allianz Bank**
a cura della Redazione

76 **Grandi orizzonti immobiliari**
intervista ad Angelo Cinel

82 **Accompagnare la ripresa delle imprese con l'invoice trading**
Fabio Bolognini

88 **Nature Co-Design: una nuova rivoluzione industriale "generativa"**
Carlo Bagnoli e Massimo Portincaso

96 **Tecnologie indossabili e sostenibilità**
Laura Maria Tonelli

Focus

Offrire una gestione integrale del patrimonio, sia personale sia aziendale, è uno dei pilastri fondamentali del modello di consulenza di Allianz Bank Financial Advisors. Per questo è essenziale fornire ai clienti strumenti affidabili e un servizio sempre più personalizzato e innovativo, rivolto anche a imprese e imprenditori. Ne sono esempi le consulenze di Wire Consulting per effettuare i migliori investimenti immobiliari e le proposte della piattaforma fintech Workinvoice, per consentire alle imprese un'efficace cessione del credito. Al centro, in questa fase di straordinaria trasformazione digitale, si pongono le innovazioni tecnologiche; e oggi l'attenzione si rivolge alla incipiente rivoluzione del deep tech, ma anche alle realizzazioni quotidiane delle tecnologie indossabili in grado di migliorare il nostro benessere.

Matteo Galeotti nominato Head of Wealth & Corporate Advisory di Allianz Bank

A cura della Redazione

Il noto professionista e banker assume l'incarico per supportare lo sviluppo delle attività della Banca nel segmento Wealth & Corporate.

Allianz Bank Financial Advisors, la Banca del Gruppo Allianz in Italia, affida la guida del business di Wealth & Corporate Advisory a Matteo Galeotti. Bolognese, 45 anni, tra i più importanti protagonisti del Wealth Management in Italia, Galeotti vanta una lunga esperienza nei servizi d'investimento a supporto della clientela HNWI, Corporate e istituzionale. Da oltre vent'anni Senior Partner e Wealth Advisor nella divisione Wealth di Allianz Bank, ora Galeotti assume il ruolo di Head of Wealth & Corporate Advisory con il mandato di supportare lo sviluppo di un modello di servizio esclusivo per soddisfare al meglio i bisogni dei clienti imprenditori e delle loro imprese, focalizzato sulla gestione integrata dell'intero patrimonio familiare e aziendale.

Paola Pietrafesa, Amministratore Delegato di Allianz Bank, ha commentato: «Con l'obiettivo di fare emergere sempre di più la multidisciplinarietà e i vantaggi competitivi del Gruppo Allianz, abbiamo deciso di approcciare tutti i bisogni della clientela Wealth & Corporate con un modello di servizio a ecosistema. Abbiamo coinvolto Deloitte, con la quale abbiamo instaurato una duplice collaborazione: in primis, con Monitor Deloitte che ci ha accompagnato nella definizione del nuovo modello di servizio al fine di orchestrare l'intero ecosistema di partnership esterne che abbiamo creato. Dall'altro, lo Studio Tributario STS Deloitte, nostro advisor di riferimento nella gestione di tutte quelle esigenze corporate di natura legale, societaria e fiscale che spesso i nostri clienti richiedono. Grazie a questo, alla guida e all'esperienza di Matteo, i nostri clienti potranno avvantaggiarsi di un'offerta distintiva e unica per coprire tutte le necessità relative alla gestione del patrimonio e agli aspetti a esso connessi, quali servizi fiduciari e trust, consulenza aziendale tax & legal, corporate finance, protezione assicurativa e assicurazioni sul credito aziendale, finanziamenti e accesso al mercato dei capitali».

ph. Laila Pozzo

Matteo Galeotti ha dichiarato: «Allianz Bank vuole posizionarsi su questo segmento come Trusted Advisor, differenziandosi sul mercato grazie ai propri tratti distintivi e a un ecosistema di partnership selezionato per offrire servizi specialistici a 360°. Infatti, oltre a continuare ad accrescere il livello e la qualità delle soluzioni d'investimento e di protezione del patrimonio a disposizione dei nostri investitori, ci concentreremo assieme ai nostri partner specialistici sui temi di maggiore attualità per la clientela HNWI e Corporate, quali ad esempio l'organizzazione e la trasmissione in ottica passaggio generazionale del loro patrimonio familiare e aziendale, utilizzando i principali istituti e dettami normativi del nostro ordinamento. Sono quindi molto lieto di intraprendere questa nuova sfida professionale in una realtà d'eccellenza che si distingue sul mercato per la forza e la solidità del Gruppo Allianz e per le capacità del suo management team, guidato dall'Amministratore Delegato Paola Pietrafesa».

Grandi orizzonti immobiliari

Intervista ad Angelo Cinel

Investire all'estero in campo immobiliare è una decisione che sempre più italiani prendono sia per motivi patrimoniali sia per una fruizione diretta. Wire Consulting è una società esperta del settore in grado di offrire ai propri clienti e investitori un servizio a tutto tondo nell'effettuare la scelta giusta e seguirla correttamente nel tempo.

Vent'anni fa gli italiani che acquistavano ogni anno una proprietà all'estero erano circa 15-16.000. Nel 2019 sono stati circa 46.000 e oggi se ne possono stimare oltre 50.000.

"Aveva una casetta piccolina in Canada..." era la piacevole, per quanto ingenua, canzoncina che si cantava a metà del secolo scorso. Un sogno che, per un italiano, era poco realistico data la complessità di un'operazione di acquisto oltremare e i tempi di spostamento dell'epoca. Oggi, invece, è una scelta praticabilissima. Non solo perché si viaggia più velocemente e semplicemente, ma perché un investimento immobiliare all'estero è ormai pratica molto diffusa in tutto il mondo. Più semplice che in passato ma, per la verità, comunque sufficientemente complessa da consigliare di non procedere autonomamente ma, preferibilmente, avvalendosi di una consulenza professionale che aiuti a fare le scelte giuste e a seguirle nel tempo.
E qui entra in gioco Wire Consulting che, da 20 anni, permette agli investitori – sia privati sia aziende – di investire in modo ottimale in immobili all'estero. Un servizio a tutto tondo che fa parte dell'offerta dei servizi di advisory rivolti alla clientela private e wealth di Allianz Bank Financial Advisors.
In questa intervista il fondatore e CEO della società di consulenza, Angelo Cinel, racconta la genesi, lo sviluppo e le prospettive di questo servizio a tutto tondo, capace di allargare gli orizzonti di investimento nel campo immobiliare su una scala mondiale.

Come nasce Wire Consulting e con quale obiettivo?
Wire Consulting, oggi una società del gruppo Wire, è nata circa 20 anni fa quando, osservando il mercato, maturai un'idea. Mi occupavo già di real estate in altre modalità e intercettai quello che allora era già un fenomeno in decisa crescita, anche se non paragonabile a quello attuale. E cioè l'interesse degli investitori italiani di rivolgersi verso mercati esterni al territorio nazionale. Allora gli italiani che acquistavano ogni anno una proprietà all'estero erano circa 15-16.000. Nel 2019 sono stati circa 46.000, dunque uno sviluppo notevole. Ovviamente, in quel momento chi si rivolgeva a questi mercati era un gruppo relativamente ristretto di clienti, privati o corporate, con capacità economiche abbastanza rilevanti. Con la globalizzazione questo numero si è progressivamente ampliato anche a clienti con risorse un po' più limitate. E oggi il fenomeno è diventato davvero rilevante perché siamo ormai assestati su circa 50.000 italiani che acquistano ogni anno un immobile oltre frontiera.
L'obiettivo che ci siamo proposti è dunque di collaborare a 360° con quel cliente, portandolo a prendere coscienza di ciò che significa investire in un altro mercato, che poi era e resta la nostra mission. Investire in un mercato che non è il proprio richiede, infatti, di conoscerne le regole e gli aspetti legali e fiscali connessi che possono rendere difficoltosa la gestione. Se, invece, si conosce la realtà specifica del paese, e l'eventuale esistenza di accordi bilaterali, questi ostacoli assumono una fisionomia del tutto diversa. La nostra mission è, quindi, di dare un servizio a tutto tondo ai clienti, dove l'aspetto immobiliare è solo una parte rispetto a una gamma più completa di servizi.

Quali competenze sono richieste per dare ai clienti questi servizi?
In vent'anni di attività le competenze sono cresciute e oggi rappresentano un punto di forza delle nostre attività. Wire opera oggi in oltre 170 località nel mondo sparse in più di 60 paesi e all'interno di questa realtà abbiamo acquisito competenze di natura prettamente immobiliare e di mercato, ma anche legali e fiscali. Grazie a queste competenze puntiamo in primo luogo a trasmettere ai nostri clienti una sorta di comprensione culturale per fare in modo che diventino del tutto consapevoli di ciò che stanno facendo e di dove stanno andando. Poi, grazie al nostro network "Member of Wire", dove abbiamo sia operatori immobiliari sia esperti fiscali e legali, possiamo passare a uno step successivo che è

quello di mettere in pratica l'intento dell'investitore. A tutto questo si aggiunge, poi un servizio aggiuntivo di property management che è di particolare importanza per chi investe, privato o azienda che sia, e che magari risiede a dieci ore di aereo dall'immobile acquistato.

A chi si rivolge Wire Consulting in modo particolare: più ai privati o più alle aziende? Con quali obiettivi nell'uno e nell'altro caso?
Gli obiettivi sono naturalmente in parte diversi, ma il nostro DNA ci porta in fase iniziale a un approccio in parte simile, dato che noi nasciamo essenzialmente per seguire chi investe in un paese diverso dal proprio. Quindi guardiamo ad ambedue le tipologie di clienti con una logica molto attenta a una possibilità di rivalutazione o di redditività del cespite. Poi, è chiaro che negli anni siamo cresciuti in piazze dove per i privati predomina l'esigenza dell'utilizzo dell'immobile mentre l'aspetto dell'investimento è relativamente meno importante.
Anche se il nostro approccio è sempre quello di rendere consapevole una famiglia che, a fronte di un investimento importante in un altro paese, l'asset deve poter essere facilmente smobilitato o essere messo a reddito se non utilizzato. Nel caso di clienti aziende, l'approccio iniziale è simile ma comunque la nostra società non esercita una funzione strumentale dato che non ci occupiamo di logistica industriale o altre attività del genere. Le imprese che si rivolgono a noi vogliono diversificare il proprio patrimonio, in una logica di valorizzazione di asset o società immobiliari già esistenti o, comunque, con un obiettivo di patrimonializzazione.

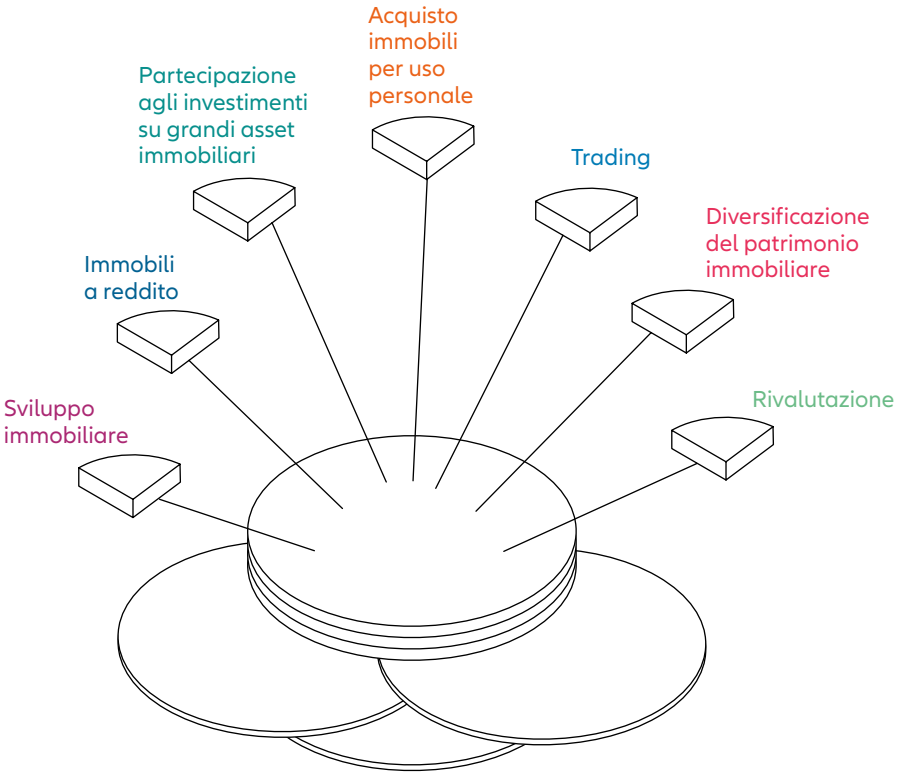


Figura 1 - **Tipologie di investimento**

Investimenti immobiliari ad alto reddito: è un obiettivo tra i più diffusi tra chi detiene un patrimonio più o meno consistente e lo vuole investire minimizzando i rischi. Certo, investire all'estero è una questione complessa: individuare l'immobile da acquistare, effettuare una adeguata due diligence, ricorrere eventualmente al credito, affrontare il lato burocratico, gestire nel tempo l'immobile per i diversi scopi. Quale il servizio di Wire Consulting?
Gli step di attività e i servizi sono vari. Ci sono clienti che richiedono molti servizi e altri solo una parte. Qualcuno, per esempio, ha già individuato l'immobile ma vuole essere accompagnato nell'intero processo, a partire dal capire se l'investimento individuato è corretto. A questo scopo, ci avvaliamo di un importante centro studi che analizza l'andamento di mercato in diversi paesi. Quando il cliente viene da noi, gli forniamo una consulenza professionale mettendo al centro non l'investimento nell'asset ma l'esigenza stessa del cliente. Andiamo a vedere il suo profilo e le sue necessità e desideri, cerchiamo le opportunità migliori nei diversi mercati, per chi esprime l'esigenza dell'investimento ma non sa necessariamente dove. Ci sono anche molti che non sanno dove investire e li accompagniamo nella scelta. Poi analizziamo a quattro mani il progetto coinvolgendo

A seconda dei loro obiettivi, gli italiani puntano su New York e Londra, e poi sulla Spagna e sulla Grecia.

dei professionisti locali che conoscono la realtà dello specifico mercato, ottimizzando gli aspetti fiscali, legali e di due diligence fino alla chiusura del *deal*. Da lì, poi, si prosegue con uno step molto importante che è quello della gestione del cespite. Siamo molto apprezzati dai nostri clienti per questo tipo di gestione che può includere il seguire una ristrutturazione, provvedere a riparazioni, pagamento delle tasse locali e via dicendo, a 360 gradi. Ma può arrivare anche alla messa a reddito nel migliore dei modi.

Quali sono le principali metropoli dal punto di vista dell'investimento immobiliare? Come si possono confrontare le relative caratteristiche?

I nostri investitori si dividono in due-tre macrogruppi. I primi sono gli investitori puri, quelli per cui in fondo noi siamo nati. Si tratta di soggetti che decidono di diversificare il proprio patrimonio immobiliare non più nel proprio paese, come tipicamente si faceva una volta, ma in un altro, soprattutto in un'ottica di ricerca di sicurezza in campo immobiliare. Questo investimento trova di norma sfogo in alcune mete classiche dove la storia, anche recente, ha dimostrato che l'investimento nel lungo periodo non si deprezza ma, anzi, si rivaluta continuamente. In testa a queste mete si pone, anche dopo la pandemia, senz'altro New York, che significa Manhattan; e poi Central London, una meta molto conosciuta e preferita dagli italiani. Sono piazze che hanno dimostrato tutta la loro capacità di resilienza nei decenni superando eventi come le guerre, le Twin Tower, il credit crunch, la crisi dei subprime, il Covid o, nel caso di Londra, anche la Brexit. E oggi sono a livelli record sia

come unità vendute sia come prezzi. Non a caso le definiamo le "cassaforti". Poi abbiamo l'altra parte rilevante di clientela italiana, quella che vuole in qualche modo utilizzare il bene come "second purpose", ossia o come casa per le vacanze o per utilizzo dei figli per motivi di studio o altro. In questo caso, le macroaree da sempre favorite sono la Spagna e la Grecia che rappresentano assieme il 42-43% del totale. Negli ultimi 12 mesi, poi, è soprattutto la Grecia ad avere attirato molto l'attenzione degli italiani, come peraltro in passato.

Nel definire queste mete spesso si utilizza l'espressione di "piazze strutturate". Cosa significa?
Dal nostro punto di vista significa che sono piazze con una notevole solidità dal punto di vista immobiliare in tutti quei fondamentali che permettono di crescere in modo sano e fisiologico nel tempo, e di mostrarsi resilienti dopo eventi di grande portata come l'episodio della pandemia globale, che forse è stato quello preponderante negli ultimi secoli. Questi fondamentali sono di natura economica, tanto del paese quanto della specifica location, di natura politica e socioculturale, di qualità delle cure sanitarie, di politiche d'immigrazione e altro. Un errore comune sia alle persone che a molte istituzioni, come i fondi immobiliari, è di decidere di investire sulla base di una fotografia della piazza senza tenere presenti questi fattori fondamentali, compiendo così errori anche molto costosi. Le due piazze principali che abbiamo citato, ossia Manhattan e Londra, hanno evidenziato nei decenni questa solidità nei fondamentali. Addirittura, Manhattan è cresciuta di valore negli ultimi cento anni con un incremento dell'80% ogni decennio. Peraltro, ai parametri già elencati, di recente ne abbiamo aggiunto un altro estremamente significativo, rappresentato dalla percentuale di clientela non domestica sul numero totale di acquirenti. Questo perché, chiaramente, l'esistenza di una clientela internazionale protegge maggiormente rispetto al verificarsi di crisi interne. Ne è un esempio lampante Miami che è stata colpita molto duramente dalla crisi dei subprime: nel giro di sei mesi sono andate sul mercato ben 26.000 proprietà, che però sono state riassorbite per il 50% nel giro di due anni. Perché? Perché i prezzi erano a saldo e tutto il mondo si è precipitato a comprare e il mercato si è risanato in tre anni. E questo perché gode dell'attenzione di una clientela internazionale. Un caso analogo è quello di Manhattan che in caso di crisi, come per esempio dopo i subprime, soffre per qualche mese ma poi ha una resilienza rapidissima che la riporta alla situazione precedente, e anche più in alto.

Per scegliere dove acquistare un immobile è necessario conoscere gli aspetti fondamentali sottostanti che sono di natura economica, tanto del paese quanto della specifica location, di natura politica e socioculturale, di qualità delle cure sanitarie, di politiche d'immigrazione e altro ancora.

Nei prossimi anni le principali città del mondo evolveranno verso una logica "smart" dove la tecnologia verrà indirizzata a migliorare la qualità della vita e del lavoro e a rendere più efficienti i servizi. Investire in queste piazze è dunque un obiettivo importante. Più per i privati o per le aziende?
La questione delle città smart, di cui si parla molto, è veramente affascinante perché ha una serie di implicazioni di natura sociale e lavorativa e noi chiaramente la seguiamo con attenzione ma anche con realismo. Va infatti detto che, almeno finora, dal punto di vista immobiliare l'essere una città smart non dà un segnale forte sull'andamento di quello specifico mercato. Se ricordiamo la lista dei fondamentali, l'essere smart per una località non dà segnali ad oggi. Credo che la smart city possa rivestire un grande interesse per quelle aziende che vogliono dislocarsi in alcune località del mondo, essere in determinati hub molto innovativi perché questo comporterà molti vantaggi nel mondo del lavoro. Ma dal punto di vista dell'andamento del mercato immobiliare non rappresenta ancora uno dei fondamentali che oggi fanno la differenza.

Angelo Cinel è Fondatore & CEO di Wire Consulting.

Investire in un mercato che non è il proprio richiede di conoscerne le regole e gli aspetti legali e fiscali connessi che possono rendere difficoltosa la gestione. Ma se si conosce la realtà specifica del paese questi ostacoli assumono una fisionomia del tutto diversa.

Accompagnare la ripresa delle imprese con l'invoice trading

Dopo i due anni di crisi sanitaria, nei Paesi avanzati è in atto un rimbalzo economico, anche se indebolito dalla fiammata inflazionistica in atto. A sostegno delle imprese vengono incontro le società finanziarie innovative che offrono strumenti agili e flessibili.

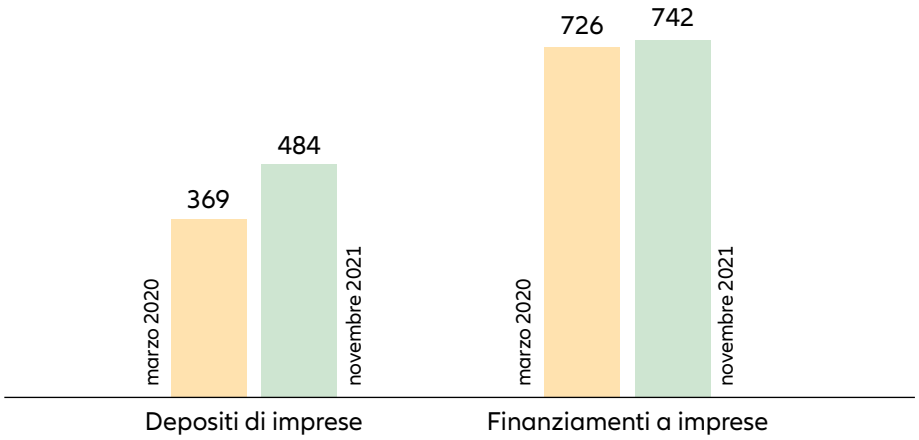
Di Fabio Bolognini

Per molte imprese italiane il Covid ha rappresentato uno spartiacque. Prima di marzo 2020, l'Italia cresceva a malapena e le imprese dovevano fare i conti con difficoltà di accesso al credito bancario e squilibri nei rapporti tra imprese grandi e medio-piccole. Dall'inizio della pandemia, in tutti i Paesi sviluppati sono state rafforzate le politiche di sostegno ai redditi dei lavoratori e alle attività d'impresa, mantenendo o intensificando le politiche monetarie accomodanti già esistenti con forti iniezioni di liquidità. Negli ultimi due anni alcuni settori hanno beneficiato degli effetti della pandemia (in testa il sanitario e l'alimentare), ma la maggioranza ha dovuto fare i conti con rallentamenti o blocchi nei pagamenti, con i conseguenti rischi di potenziale insolvenza.
Per non gravare sul pesante debito pubblico, il governo italiano ha scelto l'opzione delle garanzie alle banche, con l'assenso della Commissione Europea.
Dall'aprile 2020 a oggi, gli istituti di credito hanno erogato alle imprese circa 250 miliardi di finanziamenti a 6-8 anni, garantiti per il 90-100% da entità statali (SACE e Fondo di Garanzia), anche se un'ampia porzione dei nuovi finanziamenti richiesti sono andati a ristrutturare precedenti piani debitori in scadenza e non garantiti.
L'emergenza liquidità delle imprese è dunque rientrata e la crescita nel 2021 è ripresa, recuperando il crollo del 30% del fatturato che ha investito molte imprese, specie nei settori dei viaggi e HORECA (*hotellerie-restaurant-café*).

Sono così fortemente cresciuti i depositi bancari delle aziende, passati da 369 miliardi nel marzo 2020 a 484 miliardi di euro a novembre 2021, un salto di 115 miliardi, assai superiore alla crescita netta dei finanziamenti alle imprese (figura 1).
All'inizio del 2022 intere filiere produttive italiane hanno registrato una leggera ripresa che dovrà essere rivista a fronte delle misure economiche restrittive imposte alla Russia dall'Unione Europea. L'aumento dei costi energetici nel bilancio di queste aziende potrebbe portare a nuove richieste di liquidità.

Negli ultimi due anni la maggioranza delle aziende ha dovuto fare i conti con rallentamenti o blocchi nei pagamenti, con i conseguenti rischi di potenziale insolvenza.

Figura 1
Liquidità e debito delle imprese
(marzo 2020 – novembre 2021)



Fonte: Banca d'Italia, Banche e Moneta, Imprese non finanziarie e Famiglie produttrici.

La prevalente realtà italiana è fatta di imprese eccellenti, in termini di qualità e flessibilità nei prodotti o servizi, ma finanziariamente fragili. In questi casi, la finanza torna ad avere un ruolo critico.

Cessate le preoccupazioni sulla liquidità, sono riapparsi problemi vecchi e nuovi: tra i primi una domanda fiacca e mutevole, tra i secondi il calo delle forniture di chip e materie prime e l'inattesa esplosione dei costi di trasporto ed energia. In una situazione di compressione dei margini, emergono le differenze tra le imprese meglio gestite, capaci di elevato e stabile autofinanziamento, e le altre, spesso gravate da un capitale circolante troppo alto soprattutto per crediti e scorte elevati. È la realtà, alquanto diffusa in Italia, di imprese eccellenti, in termini di qualità e flessibilità nei prodotti o servizi, ma finanziariamente fragili. In questi casi, la finanza torna ad avere un ruolo critico perché le imprese fragili hanno un carico debitorio d'emergenza da smaltire, e perché le banche tendono a limitare la concessione di crediti per evitare nuove sofferenze, in un periodo in cui sono sempre più impegnativi i loro programmi di digitalizzazione. Il risultato netto è una rinnovata necessità per le imprese di ridurre il capitale circolante per liberare liquidità in modo da poter approfittare del rimbalzo economico.

Come sfruttare il patrimonio nel portafoglio clienti

Esiste una logica che guida le imprese valide a fare leva sul patrimonio di clienti attivando la cessione del credito per ottenere liquidità, senza peggiorare la posizione debitoria. Factoring digitale e piattaforme fintech per l'invoice trading sono già pronte per riprendersi i volumi temporaneamente assorbiti dai prestiti con garanzia statale. La cessione del credito per questa tipologia di imprese ha molti vantaggi e pochissimi svantaggi.

Vediamoli sinteticamente:

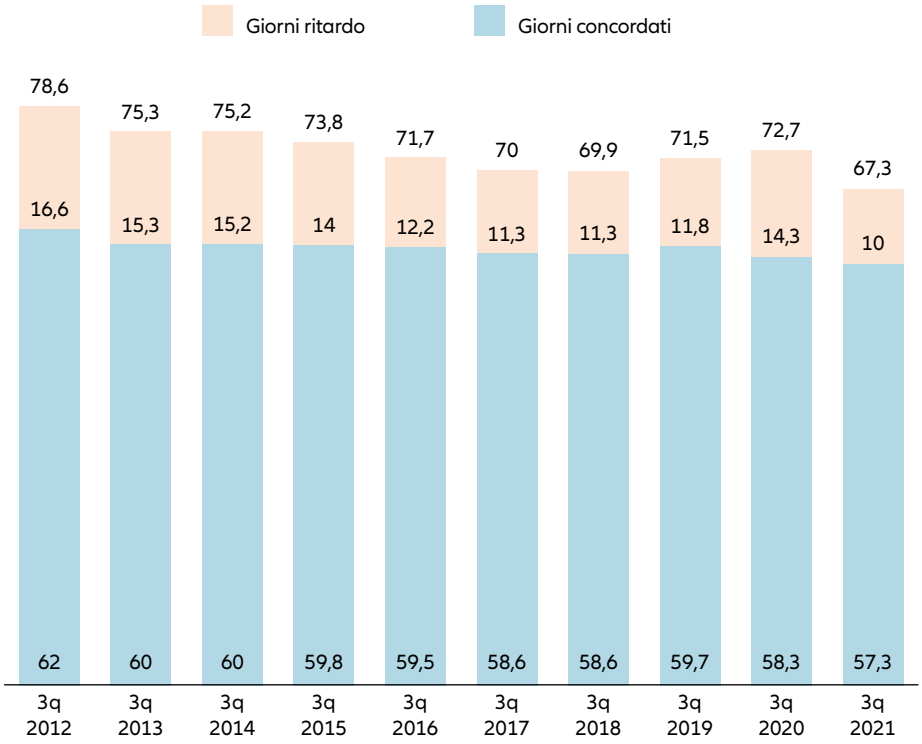
1. **la cessione ex-art. 1260 senza ricorso** (altrimenti detta pro soluto) non è un finanziamento e, se concluso con una piattaforma specializzata come Workinvoice, la prima avviata in Italia, non comporta alcuna segnalazione nella Centrale Rischi delle banche;
2. **la cessione non richiede garanzie** dei soci o dello Stato;
3. **la tecnologia digitale** delle piattaforme consente un'esecuzione in tempi molto più veloci rispetto alla concessione di un fido bancario;
4. **la trasparenza delle condizioni** applicate dalla piattaforma e dagli investitori che acquistano i crediti consente di fare calcoli di convenienza semplici, senza commissioni nascoste;
5. **la cessione pro soluto** viene notificata (via PEC) al cliente per tutela dell'investitore. È sufficiente ottenere un assenso preliminare dal proprio cliente, se non sono stati posti vincoli formali alla cessione.

Un segno concreto di collaborazione tra cliente e fornitore

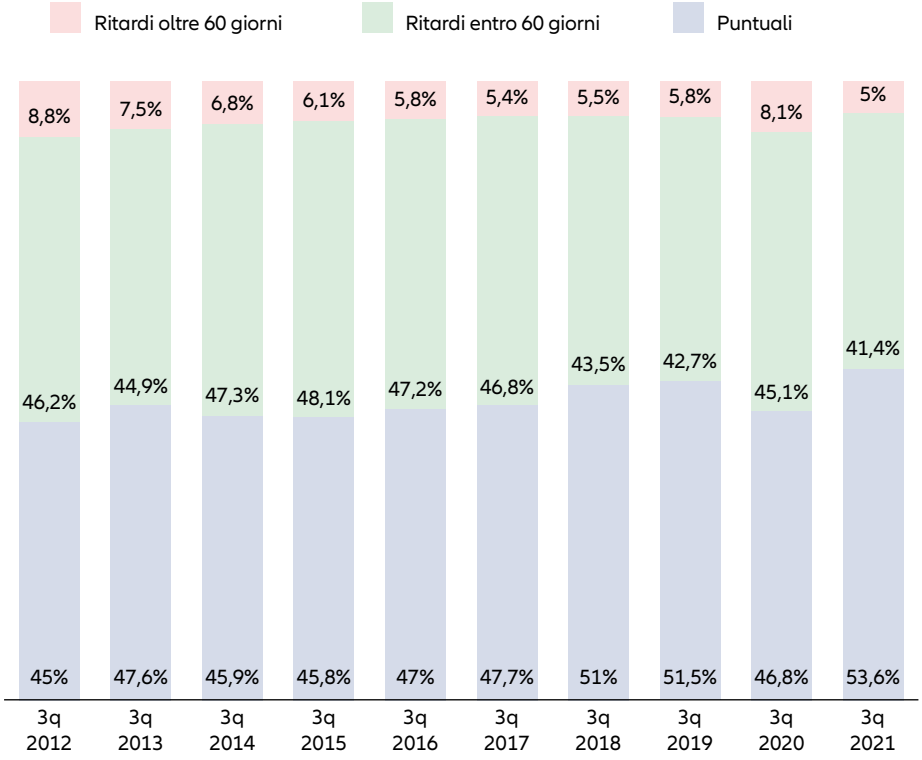
Per ottenere questi benefici, imprese e crediti devono rispondere ad alcuni criteri scelti dagli investitori interessati all'acquisto in base alla qualità e probabilità di rimborso puntuale:

a) **le imprese che cedono** crediti devono essere costituite nella forma di società di capitali (srl, spa e cooperative) e non devono essere in situazione di crisi;
b) **i crediti oggetto di cessione** devono essere certi, liquidi ed esigibili, a seguito di forniture o prestazioni eseguite e non contestate. La durata dei crediti non deve superare i 150 giorni dalla data di fattura e non sono cedibili i crediti verso la PA;
c) **le imprese debitrici** devono avere una dimensione normalmente superiore ai 3-5 milioni di fatturato e un livello elevato di solvibilità e puntualità, in base alle valutazioni di assicurazioni del credito o primarie società di informazioni commerciali.

Figura 2
Giorni di pagamento delle imprese (medie ponderate, giorni)



Puntualità delle imprese
(distribuzione delle imprese per puntualità nei pagamenti)



All'interno di questo perimetro sono comprese la maggior parte delle PMI e moltissimi crediti commerciali. Le porte sono dunque aperte per molte imprese italiane interessate a valorizzare e rendere liquido il portafoglio clienti attraverso l'*invoice trading*. Nel costo complessivo delle cessioni realizzate attraverso Workinvoice convergono i rendimenti attesi dagli investitori e la commissione prevista dalla piattaforma. Il costo, fissato al momento della cessione, per ottenere in pochi giorni un acconto pari al 90% della fattura, è spesso inferiore allo "sconto cassa" da concedere per ottenere un pagamento immediato. Il costo comprende la copertura del rischio di pagamento e la gestione dell'incasso.

Perché le imprese hanno bisogno dell'*invoice trading*

L'aumento della percezione del rischio di liquidità durante la pandemia ha indotto molte nuove imprese a scoprire la soluzione Workinvoice in affiancamento ai tradizionali canali bancari. Un sistema come quello italiano, che presenta i tempi di pagamento tra le aziende tra i più lunghi in Europa e un ritardo medio nell'ordine di 10-15 giorni (figura 2), costringe qualsiasi impresa a ridurre il ciclo di cassa (dall'ordine al fornitore all'incasso della fattura dal cliente). Le imprese si sono rivolte al marketplace di Workinvoice per trovare uno strumento aggiuntivo e utile e centrare uno o più di quattro obiettivi importanti con la cessione dei crediti:

1. **alleggerire** subito il peso finanziario del capitale circolante;
2. **generare** liquidità utilizzabile per velocizzare il pagamento ai fornitori e ottenere sconti;
3. **migliorare** gli indici di bilancio usati dalle banche nel sistema di rating e dai creditori nel nuovo codice della crisi;
4. **aumentare** le vendite verso determinati clienti riducendo il rischio di pagamento.

Figura 3
Valori dei flussi di finanziamento da canali alternativi al credito bancario per le PMI italiane
(in milioni di euro)

CANALE	1° SEMESTRE 2020	2° SEMESTRE 2020	1° SEMESTRE 2021
Minibond	95,9	342,6	112,4
Crowdfunding: reward based	0,8	1,9	3,2
equity based	38,4	62,3	65,4
lending based	52,7	79,9	230,9
Direct Lending	138,7	262,9	307,8
Invoice Trading	555,1	712,2	531,6
Private equity/VC: fondi	102	630	593
business angel	25,6	25,6	28
Crescita Euronext Milano	25	131,4	106,5
TOTALE	1.034,2	2.248,8	1.978,8

Fonte: La finanza alternativa per le PMI in Italia, Politecnico di Milano, Unioncamere Innexta 2021.

Come si accede al servizio di invoice trading con Workinvoice

La semplicità dei processi per accedere ai servizi è uno dei punti di forza delle piattaforme *fintech*, nate per facilitare e accorciare i tempi nei processi di richiesta delle imprese. Per il servizio di *invoice trading* offerto da Workinvoice attraverso il supporto del proprio Consulente Finanziario è sufficiente seguire questi passi:

- iscriversi usando un *browser internet* e attraverso un link dedicato inserire semplici informazioni societarie per la prima verifica di fattibilità;
- caricare online informazioni sul debitore, sulle fatture che si intende cedere e la copia della Centrale Rischi;
- attendere la valutazione finale di Workinvoice e, se questa è positiva, la proposta commerciale per la cessione con il costo;
- dopo avere accettato la proposta, è sufficiente firmare il contratto digitale e caricare online le fatture e i documenti collegati. I crediti vengono rapidamente acquistati sul marketplace dagli investitori ed entro 48 ore l'impresa riceverà il 90% dell'importo come acconto. Il saldo sarà corrisposto alla data di incasso della fattura che è stata ceduta.

Il successo di questo nuovo strumento per le imprese è mostrato nella figura 3, in cui sono a confronto i volumi (in milioni di euro) di operazioni di finanza alternativa per le PMI.

La nuova ondata tecnologica della finanza (fintech) ha accelerato durante la pandemia la transizione del sistema finanziario (pagamenti, prestiti, asset management) verso processi digitali e nuovi servizi per soddisfare le aspettative dei clienti, siano essi privati, investitori o aziende o, talvolta, tutti e tre insieme.
Il tempo della banca che offre allo sportello tutti i servizi a tutti i clienti è stato superato da una fitta rete di nuove iniziative e di collaborazioni tra specialisti che offrono la semplicità nell'utilizzo, la rapidità nelle risposte e la trasparenza nei costi. *Invoice trading* e consulenza finanziaria sono pienamente inserite al centro di questo processo. Allianz Bank e

Le imprese si rivolgono al marketplace di Workinvoice per utilizzare uno strumento efficace, utile ad alleggerire il peso finanziario del capitale circolante e generare rapidamente liquidità.

Workinvoice collaborano dunque per consegnare anche ai clienti imprenditori la promessa di una nuova offerta di servizi digitali.

Per avere maggiori informazioni sul servizio, è possibile rivolgersi a un Consulente Finanziario Allianz Bank.

Fabio Bolognini è co-founder di Workinvoice dal 2013. In precedenza, ha ricoperto posizioni di vertice dal 1980 al 2006 in Citibank, Unicredit e Banca Intesa nel settore corporate banking e PMI. Successivamente ha collaborato per diversi anni con la divisione strategic consulting di Accenture e seguito diverse PMI nei processi di ristrutturazione del debito.

Workinvoice, pioniere nell'invoice trading

Workinvoice è una società fintech, operativa dal 2015, che ha sviluppato il primo mercato online in Italia di invoice trading, il canale alternativo per l'anticipo fatture. Attraverso la sua piattaforma digitale è in grado di collegare la domanda di credito e liquidità delle PMI all'offerta di fondi da parte di investitori istituzionali, interessati a diversificare acquistando crediti commerciali. Sul marketplace vengono concluse in forma digitale le compravendite (ex. art. 1260 cc) di crediti e finalizzate le relative comunicazioni per dare piena efficacia legale. Le imprese che cedono crediti (Seller) ottengono immediata liquidità (acconto del 90% della fattura ceduta) pagando all'investitore (Buyer) il costo dell'anticipo e a Workinvoice la commissione per il servizio di cessione e incasso alla scadenza per il pagamento del saldo. Workinvoice offre, sia al Seller che al Buyer, servizi di valutazione, di pagamento e recupero attraverso partner esterni. Nel 2018 Workinvoice ha stretto una partnership industriale con il leader delle business information Cribis (gruppo Crif).

Nature Co-Design: una nuova rivoluzione industriale "generativa"

di Carlo Bagnoli
e Massimo Portincaso

Per la prima volta nella storia dell'umanità siamo nella posizione di poter utilizzare la natura come una fabbrica a livello delle singole molecole. Un approccio radicalmente nuovo, basato sul deep tech, per l'industria manifatturiera globale e particolarmente appropriato per le imprese italiane.

La quarta rivoluzione industriale, nota anche come industria 4.0, ha occupato negli ultimi anni il dibattito sulle transizioni in atto nell'industria manifatturiera. Ma vi è una nuova rivoluzione all'orizzonte, potenzialmente molto più *disruptive,* che ambisce a sfruttare la natura come piattaforma manifatturiera a livello delle singole molecole. Questa innovazione si chiama **Nature Co-Design**.
Il Nature Co-Design utilizza microrganismi e forze su nanoscala per manipolare i singoli atomi e costruire molecole con le proprietà desiderate. La comprensione dei fenomeni intrinseci alla nanoscala permette di sfruttare le leggi naturali per creare materiali con proprietà inedite. Applicando i principi di assemblaggio presenti in natura possiamo memorizzare più informazioni in molecole di quanto potremmo mai fare su dischi rigidi. Possiamo creare materiali più flessibili del kevlar e più resistenti dell'acciaio. Possiamo creare magneti con campi elettromagnetici più potenti. Possiamo produrre macchine su scala nanometrica e oggetti autoassemblanti o autoriparanti. Dato che tutte le forme di vita sono fatte di carbonio e che questo ha la capacità di legarsi a ogni altro elemento, il Nature Co-Design permette di costruire quasi tutti i composti inorganici, utilizzando un'energia minima.
Questo sistema opera, quindi, su materiale sia organico, ricorrendo alla biologia, sia inorganico, ricorrendo alla chimica, alla scienza dei materiali e alla nanotecnologia. La scienza che studia gli esseri viventi è un laboratorio di ricerca, sviluppo e produzione attivo da tre miliardi di anni. Mette a disposizione il DNA – il sistema di archiviazione d'informazioni più efficiente in assoluto – e i suoi meccanismi di replicazione e selezione per la risoluzione dei problemi funzionando con composti sia organici che inorganici. Piuttosto che pensare alla biologia come a un insieme di vincoli dato, il Nature Co-Design applica i principi d'ingegneria per progettare materiali organici e inorganici aventi le proprietà e i comportamenti desiderati.
La biologia sintetica è il campo di applicazione più avanzato del Nature Co-Design e deve la sua crescita e accelerazione alla convergenza tra più tecnologie, *in primis* quelle per la lettura e scrittura del DNA, e allo sviluppo di strumenti per l'*editing* genetico come il CRISPR, ma anche le tecnologie computazionali, le piattaforme d'ingegneria degli organismi, i sistemi privi di cellule, il 3D *bioprinting* e la fermentazione di precisione. I crescenti investimenti nella biologia sintetica hanno portato alla realizzazione di biofonderie – strutture integrate, anche di piccole dimensioni, dove è possibile progettare, costruire e testare costrutti genetici – e allo sviluppo di piattaforme tecnologiche dedicate che rendono le infrastrutture necessarie per operare ampiamente accessibili anche alle PMI.
Le innovazioni radicali che attualmente vediamo nella chimica e nella scienza dei materiali derivano dall'aumento della velocità con cui è possibile selezionare un composto promettente, testarlo e, infine, produrlo, anche grazie al ricorso all'intelligenza artificiale e alla robotica. La nanotecnologia va ancora oltre, permettendo di modificare le caratteristiche dei materiali a livello atomico, così da ottenere proprietà che prima non esistevano in natura. Invece di partire da materie note e cercare quella con le proprietà più adatte, il Nature Co-Design permette di partire dalle caratteristiche desiderate e identificare la nanoparticella che le possiede, per poi produrre il necessario componente attraverso la produzione additiva.
In sintesi, il Nature Co-Design riesce a ingegnerizzare le forme di vita per usarle come piattaforme manifatturiere super efficienti. La pressione evolutiva ha costretto i microrganismi a diventare incredibilmente efficienti dal punto di vista energetico. Progettando in laboratorio pressioni evolutive ulteriori, è possibile accelerare la selezione naturale dei microrganismi per scoprire la soluzione più efficiente a determinate sfide manifatturiere. Molti dei materiali creati

Possiamo creare magneti con campi elettromagnetici più potenti. Possiamo produrre macchine su scala nanometrica e oggetti autoassemblanti o autoriparanti.

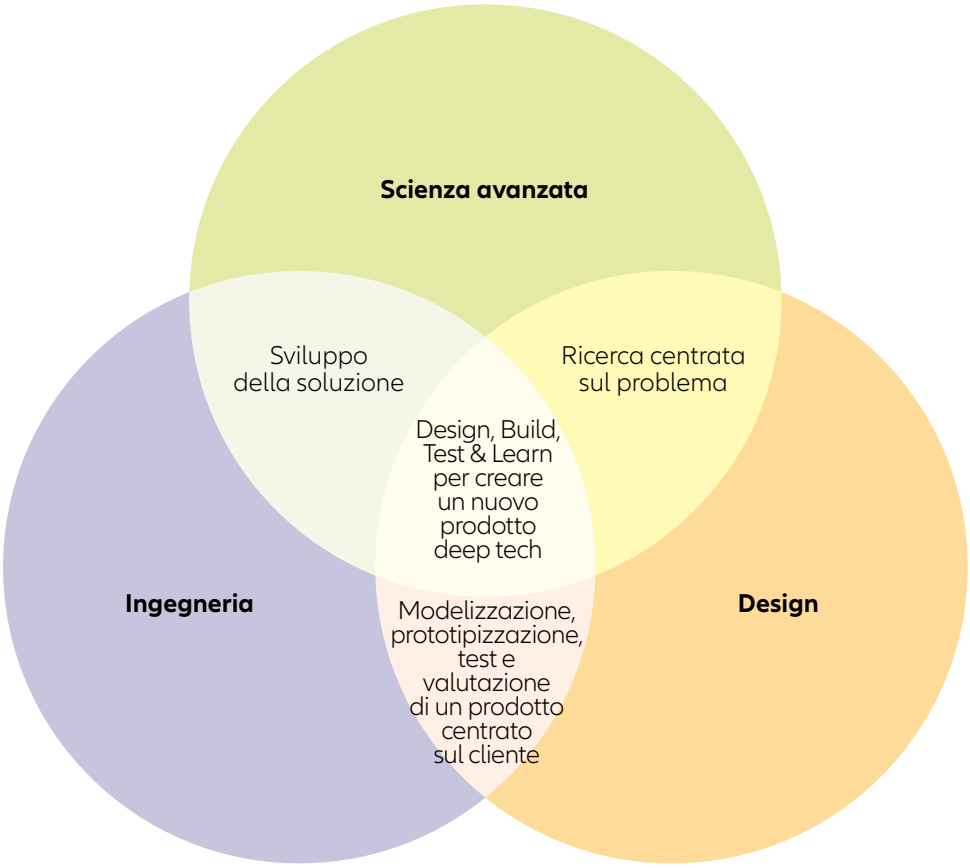
attraverso i principi del Nature Co-Design saranno inoltre riciclabili, divenendo intrinsecamente sostenibili e rispondendo al bisogno di circolarità. Per la prima volta nella storia dell'umanità siamo nella posizione di poter utilizzare la natura come una fabbrica a livello atomico. È perciò possibile passare da un modello economico puramente "estrattivo-lineare", a un modello definibile come "(ri)generativo-circolare" in quanto i prodotti vengono generati atomo per atomo. Il Nature Co-Design apre la strada, infatti, a percorsi di crescita economica sostenibile completamenti nuovi, creando soluzioni a livello nano in condizioni di pressione atmosferica e in ambienti a temperatura relativamente bassa. Questo evita il "saccheggio" delle risorse naturali (es. il petrolio) e il consumo di altre risorse naturali (es. il gas naturale) per raffinare le prime, al fine di arrivare al prodotto desiderato (es. la plastica).

Il Nature Co-Design adotta l'approccio Deep Tech

Il Nature Co-Design adotta il *deep tech,* che non è una nuova tecnologia, ma un diverso approccio all'innovazione aziendale. Gli elementi che lo caratterizzano sono quattro:

1. L'orientamento ai problemi. Le imprese *deep tech* non partono da soluzioni tecnologiche nuove, ma da problemi di mercato "vecchi", in quanto spesso connessi a sfide fondamentali quali quelle collegate alla sostenibilità. Le imprese deep tech, si fondano sullo sviluppo di una ricerca di base ambendo a una comprensione profonda dei fenomeni ispirata, però, da considerazioni sui possibili usi della nuova conoscenza generata, classico punto di partenza, invece, della ricerca applicata.

Figura 1
Le convergenze tra gli ambiti disciplinari nell'approccio Deep Tech



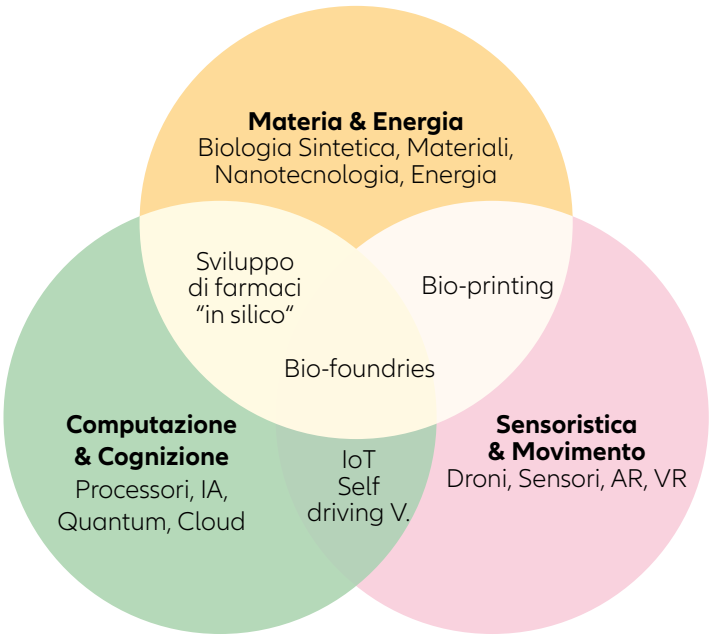
2. La convergenza tra gli ambiti disciplinari. Le imprese *deep tech* si fondano, così, sulla convergenza tra diversi ambiti disciplinari: la *scienza avanzata* che si caratterizza per la generazione di conoscenza nuova senza porsi il problema dei suoi risvolti pratici; il *design* che, vice versa, punta allo sfruttamento della conoscenza esistente per soddisfare i bisogni umani trascendendo la comprensione dei fenomeni sottostanti; e l'*ingegneria* che, garantendo la fattibilità tecnica ed economica della soluzione, costituisce un ponte tra i primi due ambiti disciplinari (figura 1). Gli avanzamenti nei diversi settori devono comunque procedere in parallelo.

3. La convergenza tra i cluster tecnologici. Le imprese *deep tech* si fondano sulla convergenza tra diversi cluster tecnologici: computazione e cognizione (IA e scienze comportamentali e neuronali), sensoristica e movimentazione (IoT e robotica), materia ed energia (nanotecnologie e biologia sintetica) (figura 2). È evidente come le tecnologie computazionali e cognitive abbiano avuto un impatto importante sulla società che diventa ancora più pregnante nel momento in cui le si combina con le tecnologie sensoristiche e di movimentazione. Tuttavia, gli avanzamenti nel campo delle nanotecnologie e delle biotecnologie, in particolare nel

Figura 2
Le convergenze delle tecnologie nell'approccio Deep Tech

Delle potenti tecnologie stanno emergendo sempre più velocemente

- Intelligenza Artificiale
- Quantum Computing
- Biologia Sintetica
- Nanotecnologia
- Next Gen UX (AR/VR)
- Blockchain
- Robotics
- Universal Printing



Trasformazione digitale come prerequisito

Sviluppi esponenziali si rafforzano a vicenda

- Volume di dati
- Legge di Moore
- Costo sequenza DNA
- Costo sintesi DANN
- Quantum

...e stanno convergendo per risolvere alcuni dei problemi più fondamentali per il business

- Automazione dei processi per sviluppo materiali
- Nuovi sviluppi chimici usando IA o Quantum Computing
- Interfaccia Computer-Cervello

sequenziamento, ovvero la modifica e scrittura del codice genetico, fanno emergere oggi un ulteriore enorme spazio di trasformazione aziendale: ciò che nel mondo artificiale o naturale consideravamo delle costanti, sono diventate delle variabili.

4. Il ciclo Design-Build-Test-Learn. Se la convergenza tra ambiti disciplinari e cluster tecnologici è il fattore abilitante del *deep tech*, il ciclo ingegneristico *Design-Build-Test-Learning* (DBTL) è il motore centrale di questo nuovo approccio all'innovazione. Il ciclo DBTL rappresenta di fatto il ponte tra il problema da affrontare e la scienza e le tecnologie messe in atto per trovarne la soluzione. Ogni interazione all'interno

Il Nature Co-Design riesce a ingegnerizzare le forme di vita per usarle come piattaforme manifatturiere super efficienti.

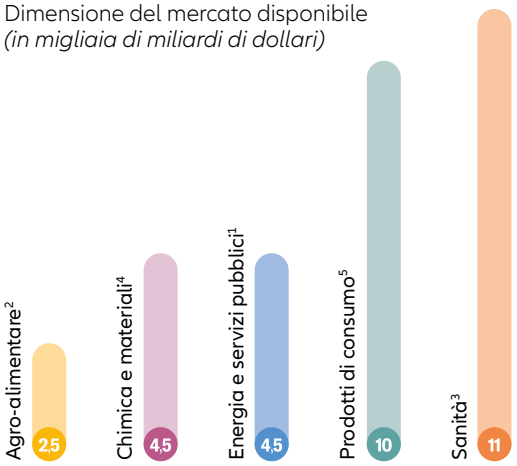
del ciclo DBTL è valutata in base alla sua contribuzione a risolvere la criticità. L'orientamento al problema diventa, perciò, un elemento ancora più cruciale, in quanto rappresenta anche un prerequisito per l'efficace sviluppo del ciclo DBTL. È attraverso la convergenza delle tecnologie che la forza del ciclo DBTL si sprigiona. Esso permette di selezionare in prima battuta le tecnologie più efficaci per la risoluzione del problema affrontato ma, ad ogni interazione, anche di applicare una diversa tecnologia.
In sintesi, nella fase di *design*, la creatività "potenziata" porta a maggiori e migliori possibili soluzioni, le capacità avanzate di *build & test* consentono la generazione di un numero significativamente maggiore di dati che, a loro volta, vengono sfruttati nella fase di apprendimento grazie ad algoritmi di IA e *machine learning*, innescando un nuovo ciclo DBTL. Tutto ciò rende il ciclo DBTL deep tech incredibilmente virtuoso.

Ripensare le catene del valore per un vantaggio competitivo sostenibile

Il Nature Co-Design è una straordinaria opportunità di business che catalizzerà la trasformazione digitale dell'industria manifatturiera, favorendo la sua transizione ecologica. Se escludiamo i servizi, il Nature Co-Design ha un impatto potenziale sul PIL globale di oltre il 40%, equivalente a 30 trilioni di dollari (figura 3).
Il Nature Co-Design rappresenta un'opportunità per ripensare le catene del valore, creando un vantaggio competitivo sostenibile, lungo quattro dimensioni:
1. Il Nature Co-Design amplia lo spazio delle opzioni, creando nuovo valore. Permette di varcare diversi confini nella produzione manifatturiera, seguendo tre principi fondamentali:
invece di estrarre le materie prime per poi raffinarle, consente di realizzare il materiale desiderato partendo dalla progettazione dei suoi atomi, raggiungendo perciò una precisione nella fabbricazione senza precedenti;
la biologia è altamente selettiva e questo le consente di lavorare materie prime impure; il Nature Co-Design consente, perciò, di fabbricare materiali da miscele inseparabili di materie prime, naturali e non; grazie ai primi due principi, il Nature Co-Design è in grado di rendere sostenibili processi di fabbricazione oggi antieconomici a causa dell'elevata quantità di energia necessaria a svilupparli.
Espandendo lo spazio delle opzioni è possibile rimpiazzare consolidati prodotti, processi, ma anche intere catene di valore (es. carne e latticini) o, comunque, parti importanti delle stesse (es. tessile) che sono state progettate per sfruttare le economie di scala. Geltor, ad esempio, sta rimpiazzando le consolidate attività del ciclo produttivo del collagene.

Figura 3
L'impatto del Nature Co-Design sul PIL globale

Dimensione del mercato disponibile
(in migliaia di miliardi di dollari)



Approvvigionamento
- Biomasse o flussi di recupero degli scarti anziché materie prime
- Meno soggetto alle fluttuazioni dei prezzi degli ingredienti di origine vegetale o petrolchimica
- Meno ingredienti di origine animale
- Nuovi metodi di R&D e validazione per ridurre il time to market e stimolare la creatività nell'innovazione

Produzione
- Meno lavorazioni chimiche (rischiose)
- Condizioni di lavorazione meno impegnative (tipicamente a temperatura e pressione ambiente) e quindi minore fabbisogno energetico
- Lavorazione più efficiente e resa maggiore grazie a processi biologici, chimici, fisici e meccanici ottimizzati

Output
- Nuove proprietà di pari o superiore livello
- Meno flussi collaterali
- Potenziale creazione di valore da flussi di recupero degli scarti
- Minore impatto ambientale

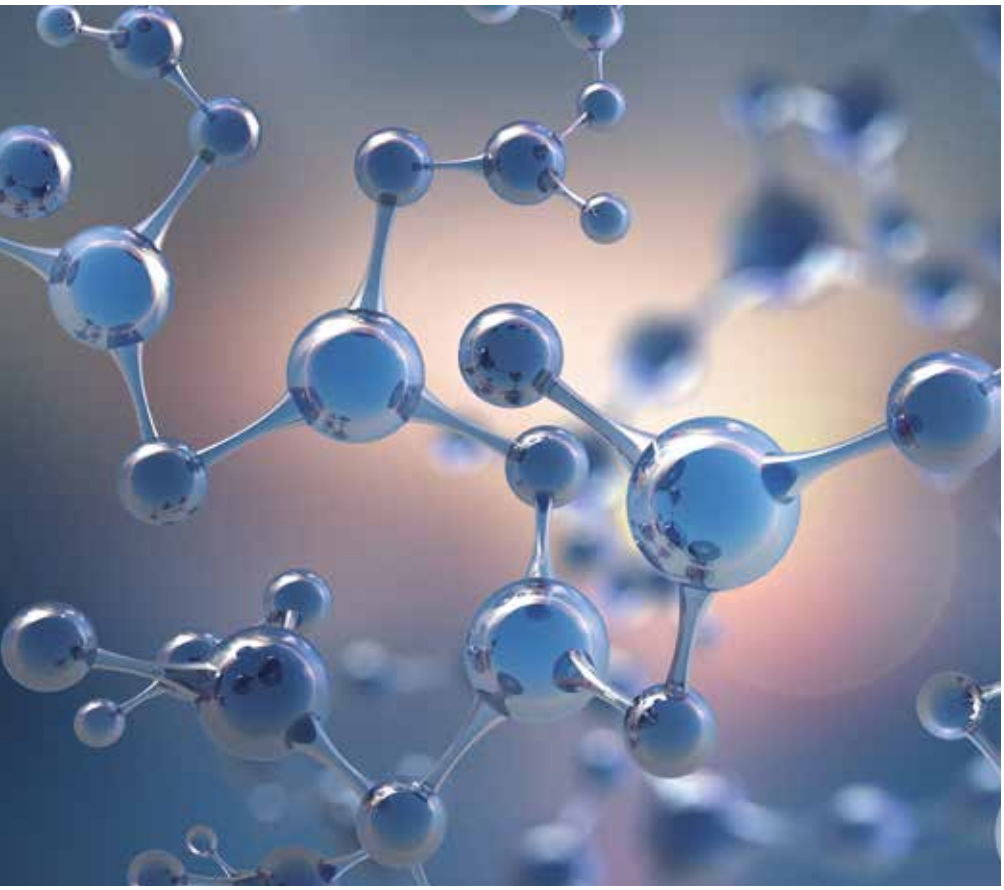
1-Research and markets, Utilities Global Market Report 2020-30;
2-Global Agricultural Products, Market line 2020; **3**-Global Healthcare Focus Report, Knowledge Center 2020; **4**-Oxford Economics 2020;
5-Euromonitor, consumer goods excl. drinks and food and 'retailing' 2020

Fonti: OCSE, Banca mondiale, analisi BCG e Hello Tomorrow

2. Il Nature Co-Design impone il passaggio dalla catena alla rete del valore, trasformando i rifiuti in risorse. Il Nature Co-Design rende possibile il passaggio da una filiera produttiva lineare, che parte dall'estrazione delle materie prime e termina con l'eliminazione degli scarti, a una circolare dove ciò che avanza di un processo produttivo diventa la materia prima per avviarne un altro. Dalle tradizionali catene di valore si passa, così, alle reti del valore, composte da un insieme di catene collegate tra loro dal riciclo dei rifiuti prodotti come risorse per un'altra produzione. Questo porta a modificare i tradizionali processi produttivi, ma anche le dimensioni e l'ubicazione degli impianti di produzione, poiché la vicinanza a luoghi di generazione di scarti diventa una variabile rilevante da considerare. I rifiuti diventano una risorsa, se vengono utilizzati come materia prima per nutrire microrganismi funzionali a fabbricare un prodotto, ma anche se vengono *upcycled,* come nel caso dell'anidride carbonica prodotta dai gas di scarico che permette di alimentare la batteria a flusso *redox* di Agora Energy Technology.

Per cogliere le potenzialità del Nature Co-Design, le imprese consolidate devono aumentare gli investimenti in R&S dedicati ed entrare in partnership con quelle pioniere in questo campo.

3. Il Nature Co-Design implica un cambio radicale nei processi di ingegnerizzazione e produzione, portando a ridefinire i parametri economici. I microrganismi non seguono linearmente il processo di economia di scala, ma secondo una curva a "S", pertanto non vi è alcun miglioramento oltre una certa scala. Questo comporta la riduzione delle dimensioni ottimali degli impianti di produzione e, quindi, le risorse necessarie a finanziarli. Inoltre, l'ampliamento delle opzioni e la possibilità di utilizzare gli scarti di altri processi produttivi come materia prima portano a sostituire i grandi impianti centralizzati con reti distribuite di piccoli impianti modulari, flessibili e "riprogrammabili" a distanza. I microrganismi diventano la vera infrastruttura di produzione: per passare dalla fabbricazione di un prodotto a un altro non è necessario cambiare gli impianti, ma è sufficiente cambiare i microrganismi e/o gli scarti che li alimentano. Il *Capex* perde così d'importanza rispetto all'*Opex*.
A causa della non linearità che contraddistingue il processo, i risultati raggiunti in laboratorio su scala microlitro possono non manifestarsi su scale maggiori, rendendo perciò impossibile il loro sfruttamento commerciale. Le imprese devono quindi partire da un obiettivo di capacità produttiva e disegnare a ritroso il processo produttivo, attraverso molti esperimenti per testare il comportamento dei microrganismi a scale differenti. La necessità di una crescita graduale in modo *top-down* rende poi necessario adottare un approccio *design-to-cost*. L'ultimo è favorito dalla possibilità di elaborare i microrganismi per consentire non solo una maggiore efficienza nella lavorazione a valle, ossia nell'isolamento e purificazione dei prodotti biosintetici desiderati, ma anche una migliore resa di produzione, una riduzione nell'impiego di materia prima e/o un aumento nella velocità di crescita.
A differenza delle economie di scala, quelle di apprendimento sono fondamentali anche nel Nature Co-Design. Per sfruttare tali economie è possibile modulare gli impianti di produzione, creare standard di settore e condividere i dati con gli altri operatori. È altresì possibile progettare i



microrganismi affinché usino sistemi di produzione esistenti. La velocità con cui la capacità produttiva cumulata è realizzata impatta significativamente sui costi. Le riflessioni sviluppate si riferiscono ai materiali organici, ma valgono in massima parte anche per quelli inorganici.

4. Il Nature Co-Design richiede un aumento della conoscenza scientifica e dell'immaginazione. Mentre le regole della biologia limitano lo spazio delle opzioni, il numero di possibili molecole da progettare usando la chimica è enorme. Infatti, il numero di combinazioni atomiche – tipi, numero e posizione degli atomi in una molecola, proprietà geometriche e di legame – è pressoché infinito. Anche il numero delle proprietà è in gran parte sconosciuto. Le nanotecnologie, sfruttando le forze quantistiche intrinseche alla nanoscala, permettono infatti di inventare moltissimi materiali con caratteristiche che non esistono in natura e che non sono comunque ottenibili a scale maggiori.

Le imprese consolidate, per cogliere le potenzialità del Nature Co-Design, devono aumentare gli investimenti in R&S dedicati, ma anche entrando in partnership con quelle pioniere in questo campo. Se le imprese già avviate su questa strada hanno le conoscenze scientifiche necessarie a trovare una soluzione, quelle consolidate hanno le conoscenze industriali necessarie a identificare un problema critico. Il fine ultimo non può essere la mera riduzione dei costi di produzione, tuttavia deve presentarsi un'incertezza così sfavorevole da indurre alla distruzione di una consolidata catena di valore. A tal fine occorre sapere in quale punto della catena si crea il maggiore valore aggiunto, dove esistono delle potenziali fonti di crescita non sfruttate e quali particolari innovazioni consentono di accedervi. Ciò può implicare un radicale ridisegno dei prodotti e processi, ma anche dei modelli di *business* e di quelli organizzativi, dove l'immaginazione dei *top manager,* e quindi il cambiamento delle loro forme mentali, diventa un fattore critico di successo per l'ampliamento dello spazio delle opzioni.

Due industrie che il Nature Co-Design quasi sicuramente metterà in ombra e che sono o, quantomeno erano, importanti per l'economia italiana, sono quelle dell'allevamento e il tessile. La fermentazione di precisione sta già abilitando, infatti, lo sviluppo di nuovi prodotti quali la carne coltivata, latticini sintetici, la pelle coltivata in laboratorio e il collagene sintetico.

Il Nature Co-Design può, inoltre, abilitare l'implementazione di nuovi tessuti che permettano di aumentare la produttività, la sostenibilità e la personalizzazione. Tali sfide non potranno tuttavia essere vinte senza un approccio a livello di ecosistema. Altre industrie assai rilevanti per l'economia italiana, sulle quali il Nature Co-Design promette di avere un forte impatto, sono l'industria del cibo e l'agrotecnica in genere, del bio-pharma, dell'energia e dei materiali per le costruzioni.

Un approccio non riduzionista e profondamente etico

A causa della complessità intrinseca del Nature Co-Design, in primis della non linearità sia delle bio che delle nanotecnologie, non è possibile adottare nello sviluppo delle opportunità di business un approccio riduzionista. Questo anche perché il Nature Co-Design può rilasciare in natura delle indesiderate alterazioni sia organiche che inorganiche, le cui conseguenze di secondo e terz'ordine possono essere

La complessità intrinseca del Nature Co-Design impone di tenere in attenta considerazione, anche dal punto di vista etico, le implicazioni derivanti dallo sfruttamento della natura come piattaforma manifatturiera.

difficili da invertire. Ciò impone di tenere in attenta considerazione, anche dal punto di vista etico, le implicazioni derivanti dallo sfruttamento della natura come piattaforma manifatturiera. Occorrerà, inoltre, adoperarsi per rendere coerente la velocità con cui si manifesteranno i progressi scientifici e tecnologici con quella che caratterizzerà la loro accettazione. Gli scienziati e gli imprenditori dovranno, quindi, lavorare insieme anche per combattere le paure e la disinformazione che potrebbero minacciarne l'accettazione pubblica. Importante sarà anche il coinvolgimento di bio-designer, bio-artisti, bio-chef che aiutino il pubblico ad accettare i nuovi tessuti, cibi e materiali generati dal Nature Co-Design.

Carlo Bagnoli è Professore Ordinario d'innovazione strategica e Direttore della School of Management all'Università Ca' Foscari Venezia. Fondatore e direttore scientifico di Strategy Innovation Srl e di VeniSIA (Venice Sustainability Innovation Accelerator), un neonato deep tech accelerator.
Massimo Portincaso è Executive Chairman di Officinae Bio, la prima DNA Foundry italiana ed è Chairman di Hallo Tomorrow, un'organizzazione dedicata ad attivare il potenziale del deep tech e del suo ecosistema. È stato, in precedenza, Managing Director e Partner di Boston Consulting Group (BCG) a Berlino, dove era co-responsabile della Deep Tech Mission, l'unità di BCG dedicata al deep tech.

Tecnologie indossabili e sostenibilità

Il ruolo di designer e aziende nella creazione di nuovi prodotti e nella prevenzione dei danni ambientali.

Di Laura Maria Tonelli

La moda è sempre stata un campo di sperimentazione, dove la tecnologia ha spesso guidato la creatività oltre orizzonti inaspettati. Da qualche decennio, elementi come sensori, nanotecnologie e smart-textile sono sempre più presenti nel mondo dell'abbigliamento e degli accessori, dando a designer e creativi nuovi strumenti con cui sperimentare e ampliare le funzioni di un prodotto indossabile. Le wearable technology (tecnologie indossabili) sono dispositivi elettronici, progettati per svolgere un determinato compito, che operano a contatto con il nostro corpo. Sebbene si possano trovare testimonianze dell'esistenza di tecnologie indossabili già verso la fine del XIX secolo, il concetto di wearable technology, come lo intendiamo oggi, è nato fra la fine degli anni '80 e l'inizio degli anni '90 del secolo scorso con la miniaturizzazione dei componenti elettronici digitali. Da quel momento l'industria creativa ha intensificato le sperimentazioni, utilizzando il tessile come base per l'integrazione di componenti elettronici, fino ad arrivare alla

Spider-dress di Anouk Wipprecht

larga distribuzione sul mercato di alcuni di questi elementi, come ad esempio i dispositivi fitbit e gli smartwatch.

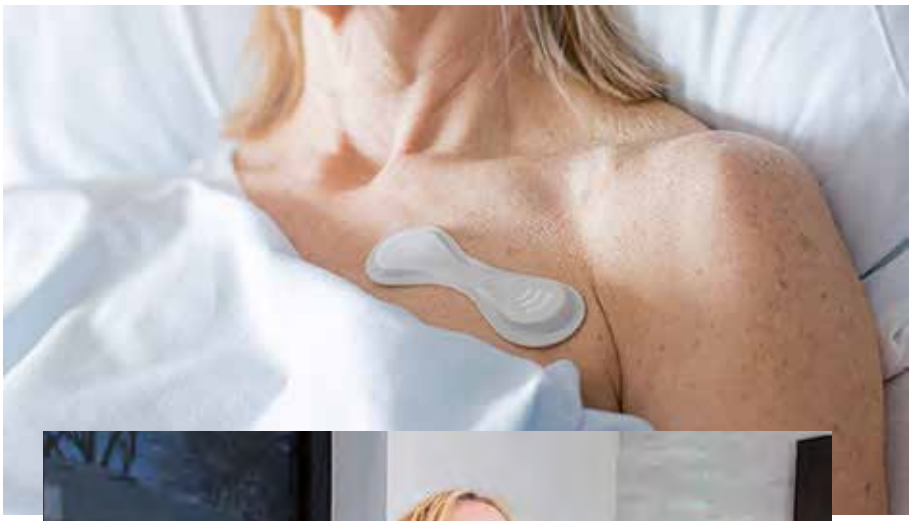
Un mercato in espansione

Le tecnologie indossabili hanno un immenso potenziale per migliorare la nostra vita e le nostre esperienze quotidiane nei prossimi anni e si prevede che si crei un bacino di utenza sempre più ampio. Alcuni prodotti sono, in effetti, già noti e diffusi sul mercato, ma sono molto più numerosi quelli in fase di sperimentazione.

Ad esempio, alcuni congegni dedicati al monitoraggio della salute e dell'attività fisica sono già ampiamente utilizzati, grazie a una crescente domanda di consumatori che desiderano tenere controllati i propri parametri vitali e le proprie performance fisiche. Molte di queste tecnologie sono ormai in fase avanzata di sviluppo e se ne possono trovare modelli diversi con funzioni differenti, adatti alle molteplici esigenze dell'utente finale. Philips propone, ad esempio, un'articolata gamma di

Le wearable technology sono dispositivi elettronici, progettati per svolgere un determinato compito, che operano a contatto con il nostro corpo. Hanno un immenso potenziale per migliorare, nel prossimo futuro, la nostra vita e le nostre esperienze quotidiane.

Biosensore Philips



prodotti per il monitoraggio dei parametri vitali e sta rendendo questi dispositivi sempre più discreti e semplici da indossare tramite lo sviluppo di biosensori adesivi.
Con l'aumento delle aspettative di vita, molte persone si troveranno a gestire le problematiche legate al progredire dell'età, mentre si trovano ancora nel pieno di una vita attiva, e avranno bisogno di tenere sotto controllo una serie di indicatori relativi alla salute, senza dover ricorrere costantemente al proprio medico. Fra i vantaggi più importanti che le wearable technology offrono emerge certamente quello relativo a un monitoraggio automatico e costante dei parametri vitali, aprendo alla possibilità di individuare più rapidamente e facilmente eventuali anomalie nel nostro sistema e di intervenire in anticipo, senza interrompere le attività quotidiane e ottenendo esiti migliori.
La prevenzione e il tracciamento sono solo alcuni dei benefici che le tecnologie indossabili possono generare. Aumentare le nostre capacità è un altro dei loro numerosi potenziali, specialmente in un contesto di disabilità. Dal 2014 la start-up Open Bionics si è posta la missione di produrre protesi degli arti superiori che siano più accessibili ed esteticamente gradevoli. Tra i prodotti progettati di maggior rilievo sono presenti delle sofisticate protesi, in particolare delle braccia robotiche destinate principalmente ai bambini. Un altro esempio è quello della società Maptic, che progetta dispositivi in grado di aiutare individui con forte deficit visivo a percepire il mondo circostante. La tecnologia consiste in un sensore dall'aspetto molto discreto che vibra in modo da dare all'utente indicazioni in merito agli ostacoli presenti e al tipo di suolo su cui si sta muovendo.

Tilly Lockey si trucca utilizzando le braccia robotiche di Open Bionics

Gli indumenti sono stati una delle prime forme di protezione create dal genere umano e ora, grazie alle nuove tecnologie, i nostri capi possono prendersi cura di noi, nel senso più lato del termine. Molte attività quotidiane possono essere rese più sicure grazie a dispositivi specifici. Ne è un esempio la bicicletta, uno strumento che viene preso in sempre maggiore considerazione dalle persone come mezzo di trasporto sostenibile, specie per la mobilità urbana. Gadget di nuova generazione, come l'airbag prodotto dall'azienda svedese Hövding, possono renderne l'utilizzo sempre più sicuro. Si tratta di un collare che si gonfia automaticamente in caso di impatto, creando dei cuscinetti d'aria protettivi intorno alla testa del ciclista. Un altro interessante esperimento è quello della collaborazione fra Levi's e Google che ha dato vita alla JacquardTM Trucker Jacket. Si tratta di una giacca con una piccola porzione del tessuto trasformata in un touch screen capace di controllare in remoto lo smartphone dell'utente.
Designer e ingegneri, però, non sono gli unici impegnati nello sviluppo di prodotti puramente funzionali. Le tecnologie wearable sono sfruttate anche per la creazione di dispositivi con fini estetici e di intrattenimento. Già nel 2007, nel testo *Fashioning the future*, Lee, Du Preez e Jones immaginavano

Air-Bag Hövding

Fra i vantaggi più importanti che le wearable technology offrono emerge certamente quello relativo a un monitoraggio automatico e costante dei parametri vitali, aprendo alla possibilità di individuare più rapidamente e facilmente eventuali anomalie e di intervenire in anticipo.

che «In futuro un vestito "da Oscar" potrebbe inondare un'attrice di luce dorata mentre sale sul tappeto rosso». Una proiezione diventata realtà solo pochi anni fa quando, nel 2019, la celebre attrice Zendaya ha partecipato al Met Gala con un vestito progettato da Tommy Hilfiger in grado di illuminarsi e modificarsi con il movimento. Un'idea ancora più sperimentale viene sviluppata nei prototipi della designer olandese Anouk Wipprecht, che dedica le sue ricerche all'uso dei capi d'abbigliamento come interfaccia per la nostra reazione all'ambiente che ci circonda. Le sue creazioni mescolano moda e risposte neurologiche, emanando calore o entrando in modalità di difesa quando l'utente prova disagio psicologico.

Obiettivo sostenibilità

Dato il crescente interesse e il rapido sviluppo di questi dispositivi è però fondamentale comprendere anche quale sarà la futura interazione fra questi oggetti, le persone e l'ambiente circostante, in modo da valutare quali potrebbero esserne gli effetti negativi. Una recente ricerca di *Statista* mostra quanto sia stata repentina la crescita registrata dai dispositivi indossabili. Se, infatti, nel 2016 se ne contavano circa 325 milioni, nel 2020 il loro numero è cresciuto fino a 835 milioni e alla fine del 2022 ci saranno oltre 1.100 milioni di wearable connessi in tutto il mondo. Se, dunque, da un lato le tecnologie indossabili hanno il potenziale di migliorare le nostre vite sotto molti aspetti, da un altro lato l'effetto collaterale di un utilizzo così intenso di questi prodotti potrebbe comportare diverse conseguenze sotto il profilo ambientale. La società in cui viviamo è diventata sempre più dipendente da prodotti che consumano energia elettrica e che sono solo scarsamente

La crescita registrata dai dispositivi indossabili è stata repentina. Se, infatti, nel 2016 se ne contavano circa 325 milioni, nel 2020 il loro numero è cresciuto fino a 835 milioni e alla fine del 2022 ci saranno oltre 1.100 milioni di wearable connessi in tutto il mondo.

riciclabili, e le tecnologie indossabili non fanno eccezione. La sfida, quindi, non è esclusivamente quella di rispettare le esigenze fisiche e psicologiche degli utilizzatori, ma anche di rendere il rispetto per l'ambiente una necessità primaria. Prima che si allarghi a dismisura l'utilizzo di massa di prodotti wearable, i relativi processi di produzione, consumo, riciclo e smaltimento dovranno essere resi più sostenibili.
L'interconnessione di elementi elettronici e tessili è uno dei fattori su cui si concentra l'attenzione, dal momento che vi sono implicate due fra le industrie oggi più inquinanti. Inoltre, sussiste il rischio concreto che l'unione di questi due elementi possa peggiorare la situazione generando beni di consumo di massa tipicamente connotati da un ciclo di vita molto breve.
La sola industria tessile è responsabile del 10% delle emissioni globali di CO_2, pari a circa 1,2 miliardi di tonnellate all'anno, mentre l'industria elettronica genera annualmente oltre 50 milioni di tonnellate di rifiuti fortemente inquinanti. La minaccia è che l'insieme di questi due elementi generi prodotti di difficile smaltimento e con cicli di vita ancora più brevi di quanto non avrebbero singolarmente.
Occorre tenere conto di due tipi differenti di processi di obsolescenza, determinati l'uno dall'invecchiamento oggettivo e l'altro dal fattore psicologico. Come in ogni altro prodotto legato al digitale, anche nel caso delle tecnologie indossabili occorre considerare il degrado tecnologico dovuto a eventuali aggiornamenti di software. Per quanto riguarda i tessuti, l'elemento da tenere sempre presente è la rapida usura nel tempo. Il fattore psicologico concerne, invece, un fatto di costume semplice ed evidente: i nuovi prodotti fanno apparire quelli "vecchi" fuori moda. Da questi accenni appare, quindi, chiaro quale possa essere uno dei principali problemi connessi alle tecnologie indossabili. Da un lato il dispositivo è soggetto sia ai cambiamenti di trend sia a quelli di gusto, bisogno e taglia del singolo consumatore. Dall'altro lato, invece, i componenti elettronici possono diventare obsoleti a causa dei veloci e ripetuti cicli di innovazione.
Un altro elemento critico potenzialmente emergente è dato dalla mancanza di una gestione dei rifiuti specificamente applicabile ai wearable. Le tecnologie indossabili sono, infatti, prodotti relativamente recenti e possono diventare nuove tipologie di scarto particolarmente difficili da riciclare, a causa della contaminazione fra tessile ed elettronica. Un modo inappropriato di smaltire i prodotti ibridi di questo tipo può avere effetti molto marcati sull'ambiente, dato che alcuni componenti elettronici contengono materiali fortemente inquinanti, se non correttamente gestiti. Basti pensare a materie prime quali il litio, il tantalio e il gallio, elementi relativamente rari, la cui estrazione implica già in partenza processi fortemente inquinanti che si sommano poi, nei loro effetti, a quelli che possono derivare da una cattiva gestione alla fine del relativo ciclo di vita.
La quantità di energia e di risorse impiegate per la creazione di ciascuno di questi prodotti deve essere giustificata e controbilanciata dalla durata della "vita utile". Il fattore scatenante delle problematiche analizzate è che il periodo di vita utile di questi oggetti è particolarmente difficile da stimare. Ciò deriva dal fatto che le wearable incorporano due componenti distinte: il capo, o l'accessorio, e il dispositivo. Gli elementi costituenti hanno infatti due cicli di vita alquanto differenti. Inoltre, è molto probabile che la durata del primo impatti negativamente su quella del secondo. Appare, dunque, chiaro che questo nuovo tipo di prodotti

Giacca interattiva Levi's

Braccialetto Maptic

comporterà la necessità di un cambiamento radicale sia nella progettazione sia nelle modalità di consumo.
Mettere al centro la sostenibilità a ogni passaggio della produzione e della post-produzione appare dunque necessario e i designer potranno tenerne conto se le aziende si impegneranno, a loro volta, a valutare economicamente l'utilizzo delle risorse impiegate nella creazione di wearable sin dalla fase progettuale. I designer dovranno, infatti, poter contare su una visione completa dell'intero ciclo di vita del prodotto, dalla creazione allo smaltimento finale, per poter realizzare nel modo migliore la creazione con l'obiettivo di allungare la vita utile delle più innovative tecnologie indossabili.

Progettazione lungimirante

Le attività legate alla progettazione sostenibile di wearable possono essere divise in due macro gruppi. Il primo gruppo concerne l'insieme di operazioni che precedono la distribuzione: la fase di design, la scelta dei materiali e delle tecniche di produzione. Queste portano alla creazione fisica del prodotto, ed è determinante quante e quali risorse vengono impiegate in termini, ad esempio, di materiali, energia, forza lavoro e acqua. Oltre alle decisioni in merito alla produzione, in questa fase è imperativo che vengano analizzati anche aspetti inerenti alla post-produzione, dal momento in cui le prime fasi influenzeranno direttamente o indirettamente il modo in cui il prodotto potrà essere riutilizzato, riciclato o smaltito e quanto questi processi siano semplici o complicati.
Il secondo gruppo di attività, invece, è dedicato all'estensione della vita utile del prodotto. I designer devono ambire a produrre beni che abbiano un ciclo di vita il più esteso possibile, prendendo in considerazione sia il prodotto, sia le singole parti che lo compongono. Per raggiungere questo obiettivo è anche necessaria un'efficace comunicazione del prodotto per educare

Zendaya indossa l'abito di Tommy Hilfiger

adeguatamente il pubblico: la corretta cura delle wearable nelle loro diverse componenti da parte dei consumatori può ridurre il rischio di danneggiamento e smaltimento prematuro.
Programmi specifici per la riparazione del prodotto saranno fondamentali per mantenere il dispositivo funzionante il più a lungo possibile. Sarà inoltre importante analizzare i modi in cui il prodotto, una volta scartato da un singolo fruitore, possa essere riutilizzato e ridistribuito.
Le aziende devono, quindi, tenere presenti tre capisaldi fondamentali per realizzare un wearable sostenibile. Il primo è quello di minimizzare l'impatto che avrà sull'ambiente, dall'ideazione a fine vita. Riconoscere in fase di progettazione quali potrebbero essere i rischi durante le varie fasi di vita del prodotto é cruciale. Il secondo pilastro per una progettazione sostenibile è disegnare in funzione della longevità del bene. Oltre alla robustezza strutturale, la durata può essere ottenuta anche attraverso la separazione, redistribuzione e riutilizzo del prodotto e delle

Dato il crescente interesse e il rapido sviluppo di questi dispositivi, è però fondamentale comprendere anche quale sarà la futura interazione fra questi oggetti, le persone e l'ambiente circostante, in modo da valutare quali potrebbero esserne gli effetti negativi.

sue parti. Il terzo caposaldo, molto legato al secondo, consta nel pianificare la fase post-consumo. Provvedimenti presi durante la fase di progettazione, come ad esempio la separabilità dei diversi elementi, ricopriranno un ruolo fondamentale nel determinare se la redistribuzione delle parti possa realmente avvenire. I prodotti devono essere disegnati specificamente per essere facilmente riparati e ridistribuiti. Inoltre, la possibilità di scindere gli elementi renderà più semplice il recupero e lo smaltimento dei diversi componenti.

In conclusione

Non è pensabile prevedere quando le tecnologie indossabili saranno completamente fruibili dal pubblico, ma il loro potenziale e il crescente interesse che le circonda fanno sorgere domande in merito alla loro sostenibilità nel momento in cui saranno disponibili su larga scala. L'obiettivo cui puntare, in questo periodo storico in cui le preoccupazioni per la sostenibilità e il cambiamento climatico sono diventate così rilevanti, è che, oltre a creare nuove opportunità funzionali per gli utilizzatori, non finiscano per avere un impatto indesiderato sull'ambiente. Designer e progettisti avranno dunque un ruolo fondamentale nel prevenire eventuali effetti negativi che questo tipo di prodotti potrebbero causare. Parallelamente allo sviluppo di un prodotto sicuro per l'ecosistema in fase di produzione, il designer dovrà progettare in modo da neutralizzare eventuali danni che potrebbero venire a determinarsi nelle fasi successive. Gli step di fine vita delle wearable dovranno, dunque, essere pianificati già in fase di progettazione, in modo da preservare la vita utile del prodotto il più a lungo possibile e renderne agevole un utilizzo appropriato da parte dei consumatori e uno smaltimento con il minor impatto sull'ambiente.

Laura Maria Tonelli, laureata in Design per la moda al Politecnico di Milano, lavora come stylist e costumista nella città di Milano dove è nata e cresciuta.

Passioni

106 **Totò tra magia e realtà**
intervista ad Antonello Buffardi De Curtis

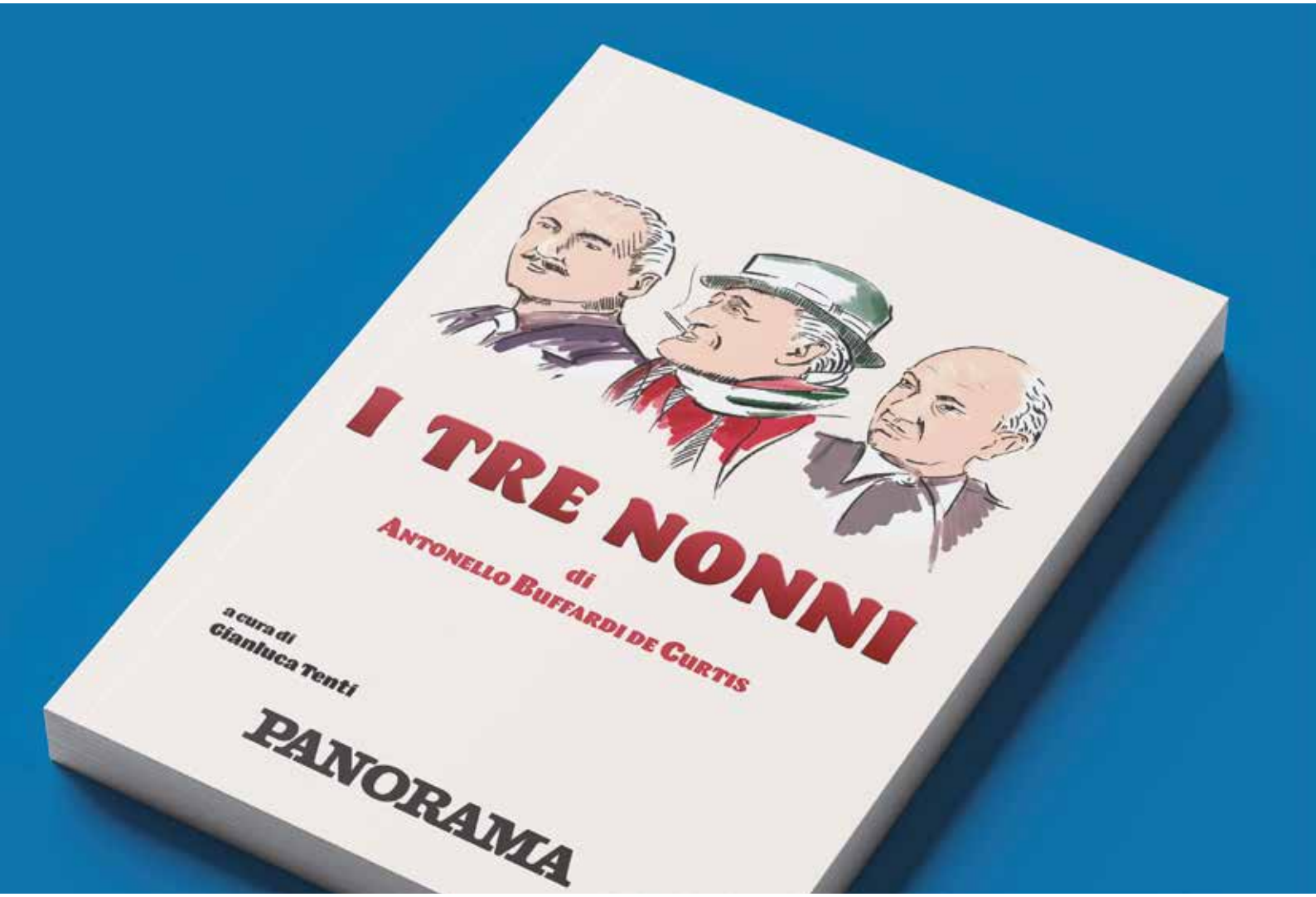
110 **Superdonne in sella a "superbike"**
intervista a Sabrina Zuppelli Cristofoli

116 **L'arte di costruire un futuro sostenibile**
Carlo Alberto Pratesi e Andrea Geremicca

122 **Arte contemporanea: un anno da record**
a cura del team Arte dello studio legale Pavesio e Associati with Negri-Clementi

Focus

Nell'era della tecnologia trionfante, la capacità delle persone di gestire il cambiamento e di puntare a obiettivi sempre più avanzati è determinante. Con uno spirito aperto in cui la sensibilità artistica svolge un ruolo centrale. Due esempi solo apparentemente lontani tra loro: la vicenda di Antonio De Curtis, in arte Totò, che attraversa le generazioni grazie alla sua inimitabile *verve*; e l'avventura di alcune pilote straordinarie che sfidano il mondo maschile delle moto da corsa con grazia artistica mista a grande forza e tenacia. Il mondo dell'arte, d'altra parte, è in permanente evoluzione e fermento. Lo dimostrano i crescenti investimenti in opere contemporanee che raggiungono volumi e quotazioni da record anno dopo anno. E che ora guardano con grande interesse alle nuove formule tecnologiche, come i *Non-Fungible Token*.



Totò tra magia e realtà

Intervista ad Antonello Buffardi De Curtis

Antonello, cinque anni, Roma.

Il nipote dell'intramontabile Antonio De Curtis ne racconta, a 55 anni dalla scomparsa, la storia intima e famigliare. In un libro dedicato al nonno celebre attore, ma anche ad altri due nonni che lo hanno avviato verso una vita piena e brillante ma, per molti versi, anche inaspettata.

Perché il libro *I 3 nonni*? Ci racconta la genesi?
Tre nonni non ce li hanno mica tutti. E che tre nonni! Ho sempre pensato che una tale rarità dovesse essere raccontata. E poi, in realtà, la storia di questi tre personaggi attraversa un secolo intero che, essendo nato nel 1950, per metà ho vissuto anch'io. Loro, poi, venuti al mondo alla fine dell'800, sono stati parte soprattutto dei primi 50 anni del secolo, anni storici e irripetibili.

Dal suo libro emerge quanto siano stati, in effetti, personaggi straordinari, ciascuno a suo modo. Nonno Buffardi per avere messo le basi familiari e per l'eredità d'arte. Nonno Bragaglia a sua volta per le sue inclinazioni artistiche e per l'attività cinematografica. E nonno De Curtis, il grande Totò, per motivi diversi e qualche volta contrastanti. A quale si è sentito più vicino, e perché?
Per me sono stati tutti e tre importanti, naturalmente, ma in particolare a nonno Totò, perché è quello che per me è stato più determinante. I filosofi dicono che dobbiamo "appoggiarci sulle spalle dei giganti" e io, in effetti, mi sono appoggiato a quelle di Totò un po' per tutto quanto. Certo, tra momenti di luce e momenti d'ombra, ma è stato anche, con la sua benedizione, il passaporto che mi ha consentito di fare tutto quello che nella vita sono riuscito a fare e di girare il mondo. Poi è stato importantissimo Bragaglia, al quale mi ha legato un grandissimo affetto. Lui si era letteralmente innamorato di me quando mi ha visto in condizioni difficili per una malattia che mi ha tenuto per mesi in ospedale. Mi ha seguito e consigliato per anni e io l'ho molto amato per la sua vicinanza e la sua saggezza. Bragaglia era già un "vecchio saggio" a 50 anni e poi è vissuto fino a 104. Immaginarsi! E io l'ho vissuto fino alla fine.

E Buffardi? Lei non l'ha mai conosciuto.
È vero, ma di lui si raccontavano tante storie in famiglia e io ne sono rimasto affascinato. Era vissuto, tra fine '800 e primi del '900, in America e poi a Cuba, e quando è tornato in Italia c'erano le ragazze con le bandierine sabaude che lo aspettavano all'arrivo della nave in porto. E i colleghi e gli amici gli organizzavano feste a non finire perché volevano farlo sposare con una delle loro figlie. Un uomo che ha fatto tante cose e ha sempre rischiato molto. Anche se non l'ho conosciuto personalmente non potevo non restarne catturato.

In particolare, data la sintonia con Bragaglia, qualche aneddoto particolarmente significativo?
Come ho detto, è stato un rapporto di grandissimo affetto, una passione. Aveva anche altri nipoti ma io ero quello preferito, forse perché la malattia mi aveva reso così debole. Quando, di notte, mi alzavo e camminavo da sonnambulo, mi prendeva e mi portava a dormire tra i cuscini del suo grande letto a baldacchino. Se scappavo dal collegio, mi accoglieva nel suo studio e mi faceva conoscere i grandi artisti di cui era appassionato, i Depero, i Balla, i Boccioni, i Marinetti e tanti altri. Mio padre amava l''800 e a me non piaceva. Invece con Bragaglia ho imparato ad amare il '900, i futuristi, il teatro degli indipendenti e tutto quel fervore che ha caratterizzato quegli anni straordinari e che poi mi ha accompagnato tutta la vita.

Essere nipote di Totò. Una posizione scomoda?
Diciamo una posizione particolare. Una personalità fortissima, quella di Totò. Certo, il principe De Curtis era cosa diversa da Totò e me ne sono reso conto nei mesi in cui ho vissuto con lui a casa sua, specie negli ultimi periodi della sua vita. Io ho avuto un

Compleanno, un anno, con nonno Carlo Ludovico Bragaglia a Capri.

rapporto molto stretto con mia madre e vivevo prevalentemente con lei ma, quando avevo più o meno 15 anni, sono stato molto vicino a Totò e ne ho captato le particolarissime vibrazioni.

Lei ha fatto molte cose nella sua vita, si può dire che ha vissuto molte vite. Una di queste è stata nell'ambito cinematografico. Lo deve più a Bragaglia o più a Totò?
Certamente in gran parte viene da Bragaglia, che era un grande mestierante con una preparazione formidabile che aveva appreso dagli americani. Basti dire che era capace di girare un film in 19 giorni, cosa che non era riuscita mai a nessuno prima. E il segreto era, come per i registi americani, una grandissima preparazione, che durava dai tre ai quattro mesi in cui non ideava solo una possibile soluzione, ma almeno due o tre. In questo

La critica è stata a lungo contraria a Totò, specialmente a sinistra, mentre era molto amato dal popolo. Poi le cose sono cambiate. Per merito dell'intervista che gli fece Oriana Fallaci per l'*Europeo*, ma anche di Pier Paolo Pasolini, suo grande amico.

modo non faceva sprecare pellicola, e dunque soldi, ai produttori, che lo amavano per questo. Per me questa sua capacità tecnica è stata importantissima perché, quando sono andato in America e ho lavorato con la Warner Brothers, mi ha aiutato a diventare, a 27 anni, uno dei produttori più giovani della piazza. In quella situazione, dove ho conosciuto i più grandi attori e registi americani, è stato poi importantissimo il passaporto Totò. Chiamarsi Antonio De Curtis come mio nonno mi ha aperto tutte le porte, perché già allora Totò era conosciuto all'estero e non solo in Italia. Non era molto apprezzato solo in Francia e in America Latina, come qualche volta si dice, ma anche a Los Angeles e a New York.

Lei racconta nel suo libro del suo incontro in Svizzera con Charlie Chaplin. Ma Charlot e Totò si sono mai incontrati?
Il mio incontro con Chaplin è stato piuttosto casuale, anche se indimenticabile. Aveva anche lui una fortissima personalità, con occhi penetranti che ti trafiggevano. Totò ne aveva un po' soggezione e, in effetti, avrebbero dovuto incontrarsi ma, all'ultimo momento, ha avuto un attacco di timidezza e si è tirato indietro.

Cosa le ha lasciato in particolare Totò?
Una cosa importantissima: l'arte di arrangiarsi. Lui si è magnificamente arrangiato nel cinema, nel teatro, nel varietà. Io mi sono arrangiato nella vita. Grazie a lui ho avuto una vita molto più varia e divertente di tutti gli altri membri della mia famiglia. Loro hanno avuto molto successo nel loro lavoro, io ho fatto tante cose ma non posso dire altrettanto. Di certo, però, me la sono goduta di più.

Lei, nel libro, si descrive come un "rissaiolo". Perché?
Anche questa è un po' una eredità di Totò. A scuola ero un po' mingherlino e c'erano dei ragazzi più grossi di me che facevano i bulli. E Totò mi ha sempre insegnato che, quando occorreva, dovevo menare per primo, perché se meni per primo vinci se no stai sotto. E poi non ho mai sopportato quelli che se la prendono con i deboli, per cui mi sono sempre messo dalla loro parte. Sempre in difesa, mai in attacco, ma quando occorre devi esserci. E questo me l'ha insegnato Totò, che nella vita ha sempre fatto così, aiutando i deboli, i poveri, le persone in difficoltà senza mai tirarsi indietro.

Lei scrive che la critica è stata a lungo contraria a Totò, specialmente a sinistra, mentre è stato molto amato dal popolo. Poi le cose sono cambiate e oggi è un personaggio universalmente amato in Italia e anche altrove. Come si è prodotto il cambiamento?
Un grande merito lo ha avuto Oriana Fallaci, che l'aveva intervistato per l'*Europeo*, e sicuramente anche Pier Paolo Pasolini, che ne era molto amico. Dopo quell'intervista è cambiata la

Totò e Ninetto Davoli nel film di Pier Paolo Pasolini *Uccellacci e uccellini*, 1966

percezione di Totò davanti all'opinione pubblica e Totò gliene è stato enormemente grato. Anzi, secondo me si era un po' invaghito della Fallaci. Ne parlava con tutti, anche con sua moglie, e lo ha fatto fino alla fine. L'intellighenzia di sinistra notoriamente non amava la Fallaci, ma amava molto Pasolini e si è fatta quindi conquistare da questo Totò "sdoganato" da Pasolini.

Lei ha respirato fin dall'adolescenza l'atmosfera del cinema, degli attori e delle attrici, ma anche dell'arte e degli artisti e, in generale, del bel mondo internazionale. Dove si è sentito più a suo agio?
Mah, è vero, molte vite diverse. La vita è fatta a cicli. E io, nell'ultimo quarto della mia vita, ho sentito un odore di Africa che, per me, è simboleggiato dal profumo acre della jacaranda. Anche se ho vissuto in Sud Africa ai tempi bui dell'apartheid, che mi faceva stare malissimo, l'Africa rappresenta momenti straordinariamente felici. Un po' come quando, da

ragazzo, andavo a trascorrere le vacanze a Capri e, dopo tre mesi, tornavo a casa felice di quell'esperienza. L'Africa è stata una dimensione nuova, un'occasione di grandi riflessioni e di grandi cambiamenti. Lì ho potuto veramente seguire il consiglio di Bragaglia che mi diceva sempre: vivi i tuoi anni, a 30 anni da trentenne, a 50 anni da cinquantenne, e non cadere nell'errore di voler vivere i 50 anni da trentenne. E in Africa ho vissuto i mei anni in questo modo.

Che programmi ha? Pensa di scrivere ancora?
Di sicuro. Infatti, sto per pubblicare una nuova storia che si intitola *Totò versus Totò*. È un'immagine diversa del personaggio, perché quello che muore nel 1967 è il principe De Curtis mentre Totò, 50 anni dopo, è ancora vivo. Al momento della morte del principe, Totò gli è accanto e lo rassicura: sarà lui a portare avanti la storia, e continuerà a far ridere la gente. È un racconto un po' onirico, ma di cuore, e ho attinto a un diario che avevo scritto in quei tre mesi finali della sua vita quando ho vissuto a casa sua.

Ma lei il giorno del funerale, di cui scrive molto nel libro, come se lo ricorda? Come lo hanno vissuto le tante persone che hanno partecipato?
Avevo 15 anni ma è come se fosse ieri. Ricordo un'immagine particolarissima: ero nella camera ardente, addossato al muro, e guardavo il nonno. E non lo riconoscevo! Per tutta la vita aveva portato i suoi capelli neri aderenti alla testa, con la brillantina profumata, ma quel giorno non erano attaccati, erano a raggiera, ed erano bianchi. Una cosa però non era diversa, il suo sorriso, che era quello di sempre. Un'immagine che conserverò sempre assieme a quella, quasi felliniana, della folla straordinaria che a Napoli si era radunata per il funerale. Erano più di 200.000 persone che cercavano di avvicinarsi al cimitero ma, naturalmente, non era possibile. Una manifestazione d'amore che la sua città gli stava testimoniando.

Antonello al mercato di Portobello con valige d'epoca acquistate per la sua collezione.

E oggi, cosa rimane di Totò nella percezione della gente?
Vi racconto un bell'episodio, quello della figlia del giornalaio da cui vado a comprare i giornali. È bellissima e ha otto anni. Un giorno il papà mi chiede di scambiare due chiacchere su Totò con la bimba che per un po' mi sta a sentire. Poi mi domanda: ma quando me lo fai incontrare? Perché per lei Totò non è morto 55 anni fa, è ancora qui e lei ne vede i film in mille occasioni, ride, si diverte, lo sente vicino. E dunque lo vuole conoscere. Così la figlia del giornalaio. E così moltissimi altri, a Napoli e da altre parti. L'umanità di Totò, insomma, vive ancora. Di molti grandi attori del passato non si parla più. Di Totò si parla ancora e sempre di più. Basta accendere il televisore in una giornata qualunque e, prima o poi, il personaggio ricompare.

Totò ha un erede?
No, credo di no, non ce l'ha e dubito che lo potrà mai avere. Una questione di personalità, di vocabolario, di gesti, di genio. Forse qualcosa di metafisico o di magico. Non so. Chissà mai se la gente lo vorrebbe.

Inquadra il QRCode o clicca qui per leggere *I tre nonni* in formato digitale. Se sei interessato a ricevere alcune copie invia una richiesta a comunicazione.esterna@allianzbank.it

Superdonne in sella a "superbike"

Esperte, talentuose ma soprattutto determinate, le pilote di WithU 511 Racing Team lanciano la sfida al mondo quasi esclusivamente maschile del motociclismo su pista. Senza esitazioni e senza compromessi, e con un ben preciso obiettivo: vincere.

Intervista a Sabrina Zuppelli Cristofoli, di WithU 511 Racing Team

Un team di motocicliste che corrono nelle superbike? In un circuito nazionale in diretta competizione con i piloti? A pari condizioni e in sella alle ultrapotenti moto sportive da gara? Solo qualche anno fa sarebbe stata un'idea irrealizzabile. Oggi invece è sempre più realtà, dato che, sia pure in numero limitato, vi sono ottime pilote che corrono nei campionati di velocità. E dato che ormai si sono affermati anche campionati riservati alle sole donne.

In questo contesto in evoluzione, una bella novità: è nato WithU 511 Racing Team, un gruppo di pilote sempre più note al grande pubblico, che si presentano dichiarando di essere "determinate e pronte a tutto" e di volere, con passione e competenza, "contribuire allo sviluppo del lato femminile del motor sport proponendo una nuova visione della parità di genere attraverso le gare motociclistiche".
Del team pilote fanno parte Sara Stammova, la team manager, "professional rider and qualified coach", 37 anni, esperienze di gara in Italia, Gran Bretagna, Nuova Zelanda e Sud Africa; Sara Sanchez, 20 anni, vicecampionessa nella Women's European Cup 2021; e Jessica Howden, 18 anni, vicecampionessa nel campionato Zimbabwe 2018 e campionessa 2019 all'Eastern Cape Regional 300cc.
Grazie alle sponsorship di WithU (che fa parte dell'Europe Energy Group) e di altri partner, tra aprile e ottobre le pilote parteciperanno a ben sei gare nel campionato italiano velocità classe 300cc. e altre nove nel campionato femminile, la Women's European Cup. E si propongono di rafforzare il team con numerose iniziative anche fuori dalla pista, coinvolgendo aziende, celebrità ma anche persone normali che vogliano sostenere questa loro tenzone. Ne parla diffusamente in questa intervista Sabrina Zuppelli Cristofoli, che nel team ricopre il ruolo di coordinatrice.

Come è nato il progetto 511 Racing Team? Chi ha avuto l'idea, chi ha preso l'iniziativa?
Nasce dalla pilota e team manager Sandra Stammova e da un incontro con Michele e Mirco attivi da 20 anni nel motor sport. Da lì sgorga il progetto, sotto la spinta della sua passione, di aiutare le ragazze pilote che da sempre hanno qualche difficoltà ad avvicinarsi al mondo del motor sport. Un progetto ampio e strutturato che è stato battezzato 511 Racing Team perché questo è il numero con cui Sandra ha sempre gareggiato in giro

Un progetto ampio e strutturato che è stato battezzato 511 Racing Team perché questo è il numero con cui la team manager, Sandra Stammova, ha sempre gareggiato in giro per il mondo.

per il mondo, dalla Nuova Zelanda al Sud Africa e dal Regno Unito all'Italia. Sandra ha una lunga esperienza sia di gara sia nel mondo del lavoro in MV Agusta; possiede dunque un solido background. Possiamo, poi, godere del supporto di Matteo Ballarin di WithU che sponsorizza il Moto GP e altre realtà sportive.

Correre nel campionato pilote è naturale, ma avere una pilota unica donna nel Campionato Italiano di Velocità nelle superbike è altra cosa. È stato un problema farsi accettare? Ci sono stati ostacoli o, al contrario, si sono aperte le porte?
Va detto, innanzitutto, che il team ha fatto la scelta di iniziare a gareggiare nel Campionato Italiano Velocità per la classe 300, la più bassa. Scelta, d'altronde, normale perché ogni pilota parte da lì per poi crescere con l'esperienza. Non avrebbe avuto senso iniziare da una classe più alta anche se le pilote del team ne avrebbero tutte le capacità. Per quanto riguarda gli ostacoli, poi, di certo non sono mancati, in parte anche legati al classico e stereotipato binomio donne-motori. Le nostre pilote ci sono passate, naturalmente, perché gli stereotipi iniziano già in famiglia, dove a sport come questo vengono più facilmente avviati i maschi delle femmine. Poi si aggiungono le barriere economiche, dato che gli sponsor hanno spesso problemi con le pilote, non solo nelle moto ma anche nei circuiti automobilistici.

Lo stereotipo si spinge anche fino a una vera e propria discriminazione di genere?
Alle nostre pilote non è capitato, per fortuna. Ma lo stereotipo ogni tanto salta fuori. Ricordo casi in cui dei piloti battuti da femmine hanno rifiutato di salire sul podio. Casi estremi, ma ci sono. Va però detto che la situazione sta migliorando con l'aumentare delle opportunità aperte alle donne, specie grazie ai campionati dedicati alle pilote che consentono loro di mostrare il loro talento e di farsi conoscere. E non si tratta solo di pilote. Il nostro team è femminile anche per quanto riguarda le ingegnere, le meccaniche, la comunicazione e il management. Dunque, opportunità di lavoro e di visibilità molto importanti. Un esempio ne è la nostra telemetrista, ingegnere, persona di altissima qualificazione che nel nostro team ha trovato una bella opportunità.

Le competenze in questo campo sono difficili da trovare tra le donne? Come sta evolvendo la situazione?
Le competenze ci sono, ma non è facilissimo trovare determinate figure come ad esempio le meccaniche. Siamo in contatto con diverse scuole e da parte nostra cerchiamo di dare alle ragazze delle buone opportunità di crescita.

Non c'è una vera discriminazione di genere.
Ma lo stereotipo ogni tanto salta fuori. Vi sono stati casi in cui dei piloti battuti da femmine hanno rifiutato di salire sul podio.

Il mondo femminile ha reagito con molto entusiasmo. Una chef stellata sta addirittura preparando una nuova ricetta intitolata "511".

Nella presentazione della vostra iniziativa i termini che saltano all'occhio sono "talento e determinazione". Sono le doti necessarie per partecipare. Ma anche per vincere?
Servono tante cose, come peraltro nel caso degli uomini. Questo significa molto allenamento, grande preparazione fisica e, inoltre, dieta, forza mentale, impegno, passione, talento. E un po' di follia, che vuol dire coraggio per affrontare le corse.

Avete avuto difficoltà nel trovare gli sponsor di supporto?
Il contesto economico oggi è difficile ma la proposta è molto innovativa e solleva molto interesse. Sono spesso aziende che hanno già una politica di *gender equality* e investono nel management femminile e, più in generale, sulla parità nell'organizzazione. Noi offriamo ai nostri sponsor non solo una visibilità legata al mondo del racing ma anche esperienze diverse, come un'academy che consentirà di prendere lezioni in pista, o incontri con donne imprenditrici o donne manager di successo vicine al nostro mondo.

E il mondo dei media come ha accolto l'iniziativa?
Siamo solo all'inizio, ma le reazioni sono state finora molto positive anche se, ovviamente, tocca ora a noi dimostrare il valore dell'iniziativa.

Perché le vostre pilote corrono con Kawasaki?
La scelta è stata fatta dal nostro team tecnico ed è caduta sulla Kawasaki, e in particolare sul modello Ninja 400, che è una cilindrata ammessa nella classe 300 ed è una moto molto performante, che abbiamo valutato come la migliore in questa categoria per raggiungere gli obiettivi.

Che reazioni avete verificato nel mondo femminile? Più soddisfazione e incoraggiamento? O un po' di scetticismo?
Scetticismo mai, al contrario, molta approvazione e molto entusiasmo. C'è una chef stellata che addirittura sta

preparando una nuova ricetta intitolata "511", ci sono personaggi del mondo dello spettacolo che ci hanno offerto la loro collaborazione e c'è chi sta varando un progetto per un gruppo "511 friends" a sostegno delle nostre iniziative. Anche qui siamo solo all'inizio.

Ma ha ancora senso, dal vostro punto di vista, che esistano campionati solo maschili o solo femminili? Non sarebbe più opportuno che si tenessero campionati in cui uomini e donne possano gareggiare insieme?
Voglio innanzitutto sgombrare il campo da un possibile equivoco. Il nostro è un team "al femminile" ma non è un team antitetico rispetto agli uomini. Ci sono, infatti, nel nostro team, degli uomini in diverse funzioni di back office ma non, naturalmente, tra i piloti perché non avrebbe senso. Quanto ai campionati, in effetti il CIV non è un campionato solo maschile, corrono prevalentemente uomini ma non è chiuso alle donne. Il campionato femminile è invece solo femminile ed è bene che sia così perché questo consente alle donne di avvicinarsi a questo sport e di farsi conoscere, senza rischiare di essere scartate in quanto donne. In futuro potrà, forse, essere diverso, ma oggi è opportuno che esista un campionato solo femminile.

L'arte di costruire un futuro sostenibile

Negli anni dello stalinismo più cupo, i ragazzi della Golden Dog Gang pubblicavano i dischi di Elvis Presley, The Beatles, i Rolling Stones, Louis Armstrong ed Ella Fitzgerald, simboli di innovazione e di libertà di espressione.

Se l'umanità non acquisisce lo spirito indomito e trasgressivo che ha permesso agli artisti di superare ostacoli apparentemente insormontabili, sarà molto difficile imboccare la strada del cambiamento e trovare le soluzioni innovative che possono condurci alla sostenibilità.

Di Carlo Alberto Pratesi e Andrea Geremicca

Se "sostenibilità" vuol dire "durare nel tempo", è chiaro che l'insostenibilità non può essere un'opzione per le imprese, né tanto meno per la società e per le persone. Per essere attenti alla sostenibilità non basta la resilienza, serve l'antifragilità teorizzata da Nicholas Taleb. Quindi, la decisione di voler essere più sostenibili non implica alcuna responsabilità aggiuntiva né principio etico e morale diverso o ulteriore rispetto al naturale spirito di sopravvivenza. Se vogliamo sopravvivere, dobbiamo impegnarci a ridurre tutto ciò che può aumentare il rischio d'insostenibilità (in primo luogo, le emissioni di CO_2) e, contemporaneamente, accrescere la nostra antifragilità, ossia la capacità di far leva su situazioni oggettivamente complicate (come, ad esempio, la pandemia o il riscaldamento globale) per avviare un processo d'innovazione che abbia come output un vantaggio. Per fare questo occorre una straordinaria dose di creatività.

> "Se vogliamo sopravvivere, dobbiamo impegnarci a ridurre tutto ciò che può aumentare il rischio d'insostenibilità e, contemporaneamente, accrescere la nostra antifragilità".

Antifragilità nell'arte

Mosca, 1940. Il regime sovietico inaugura un periodo, che durerà fino al 1960, di repressione artistica che prevede la censura di libri, film, musica e balletti non graditi a Stalin. La loro diffusione, anche senza alcun scopo di lucro, viene punita severamente con la reclusione nei gulag.
Nello stesso periodo il mondo occidentale balla il Rock N'Roll di Elvis Presley e assiste all'esplosione del Jazz, godendo della straordinaria tromba di Louis Armstrong e della meravigliosa voce di Ella Fitzgerald. Jazz e Rock 'N' Roll, anche quelli russi, sono condannati e vietati dal regime.
È in questo contesto, di grande frustrazione e limitazione artistica, che alcuni giovani russi, amanti della musica, escogitano un modo per registrare, riprodurre e far circolare la musica proibita soprannominata "*blatnaya pesnya*" (canzoni criminali).
Il piano prevede prima la realizzazione di una macchina artigianale per incidere i solchi musicali e poi la ricerca di un supporto su cui registrare le tracce, dato che il regime non consente di acquistare vinili vergini. Serve un'alternativa e i ragazzi della Golden Dog Gang (come vennero chiamati successivamente) hanno un'illuminazione. Sanno che gli ospedali sovietici, per problemi di sicurezza, sono obbligati a smaltire le radiografie dopo un anno dal loro utilizzo. Per recuperarle illegalmente, prima che vengano gettate, basta mettersi d'accordo con il personale sanitario. Quindi le prendono, le ritagliano a forma di cerchio e, dopo averle forate in mezzo con una sigaretta accesa, realizzano dischi su cui incidere tutta la musica che vogliono. Un supporto economico, pratico ma soprattutto facile da nascondere (potendolo ripiegare facilmente sotto la giacca o la camicia). I dischi che diventano celebri come, per esempio, Rebra (che in russo significa costole), contengono nei loro solchi i suoni di

La storia ci insegna che per risolvere un problema a volte bisogna guardare aldilà dal problema stesso, non solo in termini di spazio, ma soprattutto di tempo.

Elvis Presley e Louis Armstrong, ma soprattutto tutta la musica jazz e rock russa che nasce in quegli anni. La qualità del suono è decisamente bassa e molto disturbata, ma non importa: l'importante è essere riusciti a tramandarla nel tempo.
I ragazzi della Golden Dog Gang vengono scoperti dalla polizia di regime, arrestati e rinchiusi nei gulag fino alla morte di Stalin nel 1953. Appena scarcerati si rimettono al lavoro, ma questa volta fabbricando dischi di migliore qualità, finché non vengono nuovamente arrestati e rinchiusi in prigione per qualche altro anno. Quando infine vengono liberati smettono, non per paura o per stanchezza, ma perché capiscono che l'arte ha vinto. Questo gruppo di ragazzi, spinto dalla propria passione e dalla creatività, aveva portato l'innovazione più importante, quella della libertà di espressione.

L'arte di essere antifragili

La storia ci insegna che per risolvere un problema a volte bisogna guardare aldilà dal problema stesso, non solo in termini di spazio, ma soprattutto di tempo. Infatti, la vera innovazione parte dal bisogno e non dagli strumenti. Se l'umanità non acquisisce lo spirito indomito e trasgressivo che ha permesso agli artisti della Golden Dog Gang di superare ostacoli apparentemente insormontabili, sarà molto difficile imboccare la strada del cambiamento e trovare le soluzioni innovative che possono condurci alla sostenibilità.
Serve un rinnovamento di tipo radicale, guidato dalla creatività e dalla lungimiranza, altrimenti, l'unica speranza che ci rimane è quella di avviare piccoli miglioramenti incrementali per rallentare la nostra corsa. Ma se la direzione resta quella sbagliata, riusciremo tutt'al più a posticipare, ma non a evitare il collasso. Il percorso verso l'antifragilità non richiede solo strumenti o comportamenti nuovi, ma anche la definizione di un nuovo punto di arrivo e quindi la capacità di concepire un futuro che non sia semplicemente una "versione 2.0." del presente che stiamo vivendo.
In questo percorso di cambiamento, non bastano dunque scienziati, giuristi, economisti e ingegneri: servono anche gli artisti che, essendo abituati a concepire il "nuovo", sono forse gli unici davvero in grado di accettare una sfida così notevole. Del resto, nella storia dell'uomo, sono spesso stati loro attraverso la letteratura, la musica, il cinema, la pittura e la scultura ad avviare le nuove tendenze.

Arte, innovazione, sostenibilità

Nel favorire il processo d'innovazione, l'arte opera su due fronti. Da un lato, attraverso le sue opere che generando "stupore", come scrive Helen De Cruz, riescono a sbloccare nel nostro cervello gli schemi mentali e gli algoritmi che istintivamente continuiamo a replicare. Lo stesso Steve Jobs – confermando un accostamento, quello tra tecnologia e arte, concepito molti decenni fa dall'Olivetti – riconosceva l'importanza dell'estasi esperita durante i suoi viaggi a Firenze per immaginare hardware e software innovativi (ed Elon Musk sta ripercorrendo esattamente lo stesso percorso culturale).
Dall'altro lato, gli artisti ci propongono una visione controintuitiva del futuro e con le loro opere anticipano e innestano dei trend prima sociali e poi economici. Ogni tendenza di consumo,

La Golden Dog Gang e i dischi stampati sulle pellicole delle radiografie.

all'interno di uno specifico settore industriale, fonda infatti le radici su qualcosa che è già accaduto in qualche altro mercato precedente. Per esempio, il settore dell'arredamento è condizionato dall'abbigliamento *prêt-à-porter*, che è conseguenza dell'alta moda, che a sua volta è influenzata dal cinema, il cinema dalla musica e dalla letteratura, che vengono suggestionate dall'arte contemporanea, e così via. Risalendo il flusso si scopre che la gran parte dei cambiamenti che si propagano di settore in settore trovano la loro origine in un'intuizione artistica.
L'artista che immagina ciò che verrà dopo di lui non adotta nel suo percorso gli strumenti che tutti noi adoperiamo per soddisfare uno specifico bisogno, anzi cerca di sottrarsene per far emergere la sua originalità.

Gli artisti, attori chiave del cambiamento

La libertà dell'artista di esprimere se stesso, come nel caso della Golden Dog Gang, lo priva dei legami con il mondo contingente, senza obblighi di produzione né di subordinazione, avendo come unica necessità l'espressione della propria identità attraverso opere in grado di sfidare il tempo (dunque sostenibili). Nel caso di aziende e organizzazioni, invece, la forza motrice è diversa, quasi opposta: è legata a metriche chiare e a obiettivi economici precisi, misurabili di solito in trimestri o, nella migliore delle ipotesi, in anni.
Scorrendo la lista degli artisti che più di tutti hanno anticipato e rappresentato il futuro è difficile ricostruire i tratti comuni che rivelino gli elementi chiave. Possiamo però analizzare i loro

strumenti di lavoro (a parte colori e scalpelli), che si traducono in quattro attività di base: sguardo, attenzione, disciplina e rigore, come dettagliato nel riquadro. Queste sono anche le doti che consentiranno all'umanità di concepire e di raggiungere un avvenire realmente sostenibile.
L'arte, pertanto, non va più considerata come un semplice elemento estetico che accompagna e abbellisce prodotti ed esperienze, ma anche e soprattutto come il principale attivatore di processi di innovazione. Se quindi non si investe sull'arte e non si adotta la creatività tipica degli artisti e se più in generale gli investimenti nella cultura si riducono l'economia ne soffrirà, specialmente in un'epoca in cui è richiesta una importante dose di innovazione per essere sostenibili.

Carlo Alberto Pratesi è Professore ordinario di Marketing, Innovazione e Sostenibilità e delegato del Rettore per le start-up all'Università Roma Tre. È consulente sui temi della sostenibilità per primarie aziende tra cui Barilla, Coop Italia, Danone, Procter & Gamble e Medtronic. È presidente dell'European Institute for Innovation and Sustainability (EIIS). È stato tra i fondatori della Società Italiana Marketing. È iscritto all'Ordine dei Giornalisti ed è editorialista del Corriere della Sera - Roma.
Andrea Geremicca è direttore dello European Institute for Innovation and Sustainability (EIIS) e adjunct professor presso la LUISS. Ha frequentato la Harvard Business School Executive nel 2018 studiando l'innovazione nelle grandi aziende e/o organizzazioni. Nel 2016 ha frequentato la Singularity University presso il NASA Research Park nella Silicon Valley, esplorando gli impatti delle tecnologie emergenti nella nostra società. Andrea è direttore del Master in Innovazione e Imprenditorialità della Rome Business School, advisor e angel investor di diverse startup internazionali.

Gli "strumenti di lavoro" dell'artista

Lo **sguardo** è il principale strumento dell'artista: non è un dono innato, ma lo si può esercitare fin da bambini. È ciò che si fa quando si osservano e si raccolgono segnali. Spesso quei dettagli invisibili non servono nell'immediato, ma al tempo debito possono rivelarsi cruciali. Lo sguardo dell'artista deve essere privo di preconcetti, evitare metriche, luoghi comuni e banalità.
L'**attenzione** costituisce il gancio con la nostra società. L'attività che permette all'artista di utilizzare le sue intuizioni senza disperdere energie e creatività, ma rivolgendo il proprio pensiero verso la generazione di valore partendo dal nulla. L'attenzione è ciò che serve per leggere la realtà nei suoi aspetti più complessi in maniera mai diretta, ma laterale e profonda.
La **disciplina** sviluppata nel tempo come approccio al lavoro schematico, ma al contempo dotato di un notevole grado di flessibilità. È il metodo antifragile che permette a una semplice idea di trasformarsi in un'opera d'arte o di tornare a essere una flebile ispirazione.
Il **rigore** costituisce il principio fondamentale dell'intera attività dell'artista in ciascuno dei diversi passaggi, dall'ispirazione all'opera compiuta. La capacità di avere disciplina grazie al proprio metodo.
Attraverso l'interconnessione di queste quattro attività, l'artista raggiunge uno stato di consapevolezza che porta alla luce la sua caratteristica più significativa: la visione.

L'arte non va più considerata come un semplice elemento estetico che accompagna e abbellisce prodotti ed esperienze, ma anche e soprattutto come il principale attivatore di processi di innovazione.

Arte contemporanea: un anno da record

A cura del Team Arte di Pavesio e Associati with Negri-Clementi

PAVESIO E ASSOCIATI WITH NEGRI-CLEMENTI

Claude Monet, *Les Bassin aux nymphéas*, 1917. Courtesy of Sotheby's

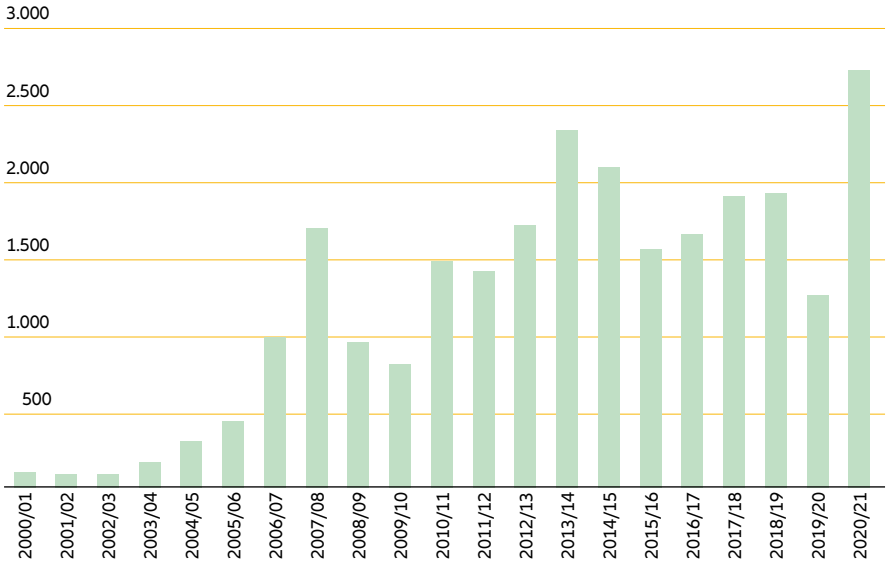
Grazie soprattutto alla scossa della crypto arte in formato NFT, l'arte contemporanea ha generato negli ultimi 12 mesi un aumento di vendite pari al 117%. Un risultato straordinario che fa del 2021 il migliore anno nella storia in termini sia di fatturato sia di densità di transazioni.

La più recente analisi a disposizione sul mercato dell'arte (presentata a ottobre 2021) riguarda il comparto dell'arte contemporanea che – secondo il *Contemporary Art Market Report 2021* di Artprice, database leader mondiale dell'informazione sul mercato delle aste *fine art* – **in 21 anni è cresciuto di volume del 2.700%** e non sembra arrestarsi. Grazie soprattutto alla scossa data dalla **crypto arte**, arte digitale in formato **NFT** (*Non-Fungible Token,* file unici registrati e protetti da tecnologia blockchain), **l'arte contemporanea** – che comprende artisti nati dopo il 1945 e che attrae oltre 120 milioni di collezionisti, professionisti e appassionati d'arte – **ha generato negli ultimi 12 mesi un incremento pari al 117%**.
In confronto all'intero mercato dell'arte, il settore Contemporary Art rappresenta il **23%** (primo semestre 2021), dato molto significativo se si pensa che 21 anni fa (2000-2001) pesava solamente il **3%**.

Fatturato più che raddoppiato: 2,7 miliardi di dollari

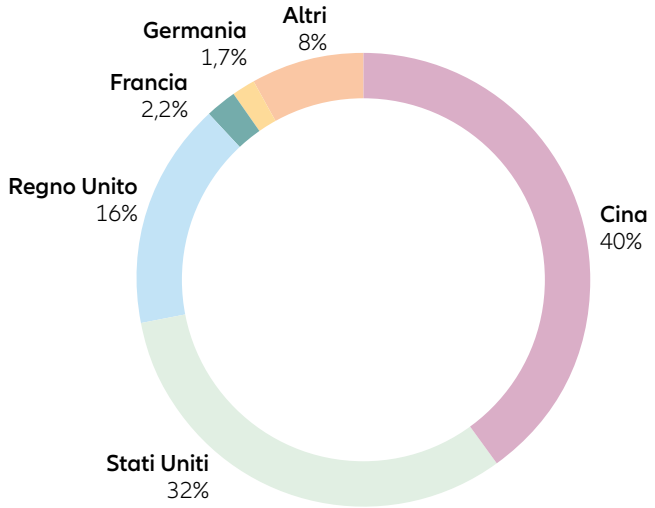
Il primo importante elemento da considerare riguarda il fatturato generato a livello mondiale: la contrazione del 34% subita tra 2019 e 2020 a causa della pandemia, mitigata dalla successiva organizzazione di vendite *online* a fronte della momentanea chiusura o rallentamento delle attività di gallerie e case d'asta, ha ceduto il passo a una significativa ripresa tra il secondo semestre del 2020 e il primo semestre del 2021. Il dinamismo mostrato dal mercato dell'arte contemporanea è stato tale da rendere l'anno appena trascorso **il migliore nella storia sia in termini di fatturato**, che è più che raddoppiato, **sia in termini di densità di transazioni** (sono stati raggiunti ben 5 mila nuovi record d'artista).
Se si considera l'impatto negativo che la crisi sanitaria ha provocato, è incredibile constatare che oltre 102 mila opere, frutto del lavoro di quasi 35 mila artisti contemporanei, siano state battute all'asta per un valore complessivo di **2,7 miliardi** (figura 1). Tale

Figura 1
Il mercato globale dell'arte 2000-2021
(in miliardi di dollari)



© Artprice

Figura 2
Asia superstar
Vendite all'asta di arte contemporanea, in % del totale mondiale



© Artprice

risultato dimostra quanto il segmento contemporaneo sia in grado di attirare nuovi compratori e di posizionarsi tra quelli **più redditizi e diversificati nel mercato dell'arte globale**.

I medium più richiesti: Dipinti e NFT

I **Dipinti** si confermano la tipologia di opera più amata dai collezionisti al punto che contribuiscono al **73% del fatturato complessivo** di Contemporary Art (per un controvalore di 1,97 miliardi di dollari). A gran distanza si trovano i Disegni e le Sculture che pesano per un rispettivo 7% (189.000 dollari), marginale invece il ruolo di Stampe (5%, 135.000 dollari) e Fotografie (2%, 54.000 dollari).
New entry di quest'anno sono infine gli **NFT**: nuovo medium che si sta rapidamente facendo strada verso transazioni a sette zeri e che – al 30 giugno 2021 – rappresenta già il **5%** del turnover totale del mercato di arte contemporanea, al pari delle stampe. Si pensi che nel periodo considerato dal report[1], 9 NFT hanno raggiunto cifre sopra al milione di dollari, tre volte più delle fotografie. Altro dato sorprendente riguarda il tasso di invenduto dei *Non-Fungible Token* che è il più basso sul mercato, solo il 6% contro una media del 30% per le altre tipologie di opere.
Questi dati non sorprendono se si rende ragione di quanto sostiene **Thierry Ehrmann**, CEO e Founder di Artprice: *«Gli NFT mettono in discussione il tradizionale modus operandi del mercato dell'arte perché artisti senza nessuna storia di mercato (ma con un grande seguito sui social networks) possono raggiungere in poche ore prezzi solitamente riservati ad artisti bluechip del calibro di René Magritte e Willem de Kooning».*

1 Il Contemporary Art Market Report prende in considerazione il periodo dal 1° luglio 2020 al 30 giugno 2021.

Pablo Picasso, *Femme assise près d'une fenêtre (Marie-Thérèse)*
oil on canvas, cm 146 x 114, painted in Boisgeloup on 30 October 1932
© Christie's Images Limited 2021

Gli NFT sono quindi la vera rivelazione dell'anno appena trascorso, confermato dal fatto che nel secondo semestre del 2021 la crypto arte ha continuato a dominare il mercato secondario delle aste, **rappresentando oggi ben l'8% del suo fatturato complessivo**, superando i disegni e le sculture.

Asia batte USA e domina il mercato contemporaneo

La storica rivalità tra Occidente e Oriente investe anche il mondo dell'arte, incoronando per la prima volta l'Asia come regina del mercato dell'arte contemporaneo. Il **mercato asiatico** è, infatti, definitivamente diventato il principale polo di scambio di opere di artisti locali e di un crescente numero di artisti occidentali. Ma guardiamo meglio insieme i numeri.
Il conglomerato della Greater China – composto da Cina continentale, Taiwan e Hong Kong – ha contribuito per circa **1 miliardo di dollari**, equivalente al **40%** dei traffici (figura 2). I migliori risultati sono stati raggiunti dalla piazza di **Hong Kong**, il cui tasso di invenduto è il più basso al mondo: solo il 10% di lotti non trovano compratori, contro il 30% della media globale. Quasi 130 pezzi sono stati aggiudicati a oltre 1 milione, sei volte in più di quanto è accaduto negli USA e, nei primi sei mesi del 2021, l'ex colonia britannica ha generato da sola **962 milioni**. Ma Hong Kong è emersa soprattutto come nuovo *hub* per i *redchip artist*, ossia giovani artisti emergenti che autopromuovono il proprio lavoro sui social media, guadagnando in un arco di tempo molto breve così tanto seguito di *follower* e successo di pubblico da saltare il tradizionale processo di affermazione sul mercato primario delle gallerie.
Questa nuova modalità di approccio e di ottenimento del consenso generale attorno al proprio lavoro gli permette di accedere alle più riconosciute sale d'asta raggiungendo fin da subito risultati straordinari e fuori dal comune.
È, quindi, evidente quanto Hong Kong sia diventata attraente e fondamentale per le tre principali *major*: **Phillips** ha generato qui il **25%** del suo fatturato, **Christie's** il **33%** e **Sotheby's** addirittura il **38%**. Successi che sono scaturiti dall'impegno che le tre case d'asta hanno dimostrato negli ultimi anni nel diversificare le collezioni asiatiche, offrendo sempre più nomi di artisti occidentali sia nei dipartimenti aperti in sede sia nelle vendite *online*. Tale strategia ha dato i suoi frutti soprattutto durante le *live auction*, che hanno permesso ai collezionisti di tutto il mondo di entrare in competizione senza barriere fisiche e con grande rapidità.
Altro fenomeno che si è osservato nel 2020 è stato il prosieguo dell'attività di vendita delle *maison* del martelletto anche nei mesi di luglio e agosto, tradizionalmente di pausa come anche per le fiere e per le gallerie d'arte. I continui rinvii dovuti alla pandemia hanno spinto, infatti, l'affermarsi di nuovi *market place* telematici e incoraggiato a continuare il lavoro anche nel periodo estivo, durante il quale è stato battuto un totale di 121.000 lotti.
Questa storica intensità di transizioni nel terzo quarto del 2021 è dovuta proprio all'Asia, dove il modello adottato da Hong Kong sta riscontrando successo anche presso altre nazioni della regione, quali Sud Corea e Giappone. Seoul e Tokyo si apprestano così a diventare due nuovi *hotspot* dell'*art market*.
Tornando alla classifica della distribuzione geografica delle vendite all'incanto troviamo, subito dietro l'Asia, gli **Stati Uniti** che – scavalcati nella loro decennale posizione di dominio – hanno generato **889 milioni di dollari**, incidendo per il **32%** sul fatturato globale: si tratta tuttavia del **miglior risultato nella storia delle vendite di arte contemporanea in America**.

In confronto all'intero mercato dell'arte, il settore Contemporary Art rappresenta il 23%, dato molto significativo se si pensa che 21 anni fa (2000-2001) pesava solamente il 3%.

Mark Rothko, *No. 7*, 1951. Courtesy of Sotheby's

L'opera che ha raggiunto il prezzo più alto è *In This Case* (1983) di Jean-Michel Basquiat, battuta da Christie's New York per 93 milioni di dollari, in linea con quanto avvenuto a Hong Kong, dove l'artista ha stabilito un nuovo record con *Warrior* (1982), venduta per 41,6 milioni dalla stessa *maison*. Inoltre, il mercato a stelle e a strisce è il più vivace in termini di densità di traffici, con più di **20 mila lotti** esitati in soli dodici mesi. Segue il **Regno Unito**, che con un turnover di **424,29 milioni di dollari** pesa per il **16%** sul mercato contemporaneo complessivo.
Se New York e Londra si confermano il cuore pulsante dell'Occidente, Parigi e le province francesi, pur non essendo in grado di attrarre altrettanti collezionisti, dimostrano una certa vitalità. La **Francia** può contare su un fatturato di **quasi 60 milioni di dollari** (+44% sul 2020), equivalente al **2,2%** dell'intero mercato dell'arte contemporanea (4% del mercato Occidentale). Con circa 10 mila opere vendute, si afferma come il terzo territorio più importante per volume, anche se va precisato che l'82% di queste non supera i 5 mila dollari. Sebbene le opere d'arte contemporanea siano esitate in ben **770 case d'aste** presenti in **59 diversi paesi, 2/3 del mercato globale sono controllati da Christie's, Sotheby's e Phillips.** Di queste, la *maison* di François Pinault si afferma come *top seller* indiscussa nel periodo considerato dal Report con un giro d'affari che incide per il **32%** e che ruota principalmente attorno a **Londra** (**17%**), alle **città asiatiche** (**33%**) e soprattutto a **New York** (**48%**), da cui passano più della metà dei pezzi venduti. Lo stesso vale per **Sotheby's** (**26%**) e **Phillips** (**10%**).

La Top 10 delle opere più care del 2021

La ritrovata energia del mercato dell'arte è confermata dall'eterogeneità di generi, medium ed epoche che caratterizzano la top 10 delle opere più costose del 2021. Tra i grandi "classici" dell'arte contemporanea compaiono, infatti, inaspettati *Old Master* occidentali e orientali accanto alle nuove *star* del panorama artistico digitale: è Christie's a battere il martelletto per i primi due nomi presenti in classifica – **Pablo Picasso** e

Jean-Michel Basquiat – che conquistano rispettivamente il primo e il secondo posto con *Femme assise près d'une fenêtre (Marie-Thérèse)* (1932), esitata a **103,4 milioni di dollari**, e *In this case* (1983), che ha raggiunto i **93,1 milioni**. Medaglia di bronzo per *Portrait of a young man holding a roundel* di **Sandro Botticelli** (1480 ca.) che, con **92,2 milioni**, ha permesso a Sotheby's di registrare la seconda cifra più alta di tutti i tempi per un dipinto di arte antica inedito, subito dietro al *Salvator Mundi* attribuito a Leonardo da Vinci.
Scendendo dal podio si incontra il *crypto artwork The Merger* (2021) di **Pak**, uno dei maggiori esponenti dell'arte digitale che opera da oltre due decenni e la cui identità – come per Banksy – è rimasta finora sconosciuta. Si tratta di una raccolta di 266.445 NFT venduti a 28 mila diversi acquirenti in *open edition* sulla piattaforma Nifty Gateway per un totale di **91,8 milioni** di dollari che relega al nono posto della classifica il record segnato pochi mesi prima da *Everydays: The First 5000 Days* (2021) di **Beeple**. Quest'ultimo è stato il primo NFT – in edizione unica – a essere venduto in un'asta tradizionale (Christie's) a ben **69,3 milioni** da una stima di base di appena 100 dollari. Fatto curioso è che è stato acquistato da Metakovan, collezionista e fondatore di Metapurse, tra i più grandi fondi di NFT al mondo.
Quinta posizione per *No. 7* (1951) di **Mark Rothko**, appartenente alla collezione di Harry e Linda Macklowe. Considerato uno dei più bei dipinti del maestro dell'espressionismo astratto, è giunta nelle mani di un collezionista asiatico per **82,46 milioni**. Segue un altro pregiatissimo pezzo della medesima collezione, *Le Nez* (1947) di **Alberto Giacometti**, acquistato per **78,4 milioni** dal *crypto collector* Justin Sun, giovane imprenditore sino-americano fondatore della piattaforma di cryptovaluta Tron e CEO di Rainberry Inc.

Alberto Giacometti, *Le Nez*, 1947. Courtesy of Sotheby's

Se si considera l'impatto negativo che la crisi sanitaria ha provocato, è incredibile constatare che oltre 102 mila opere, frutto del lavoro di quasi 35 mila artisti contemporanei, siano state battute all'asta per un valore complessivo di 2,7 miliardi.

I Dipinti si confermano la tipologia di opera più amata dai collezionisti al punto che contribuiscono al 73% del fatturato complessivo di Contemporary Art, per un controvalore di 1,97 miliardi di dollari.

Vincent van Gogh, *Cabanes de bois parmi les oliviers et cyprès*, 1889.
Courtesy of Christie's Images Ltd.

Settimo e ottavo posto sono, invece, occupati da due giganti dell'Ottocento: **Vincent van Gogh** e **Claude Monet**. La tela *Cabanes de bois parmi les oliviers et cyprès* (1889), realizzata dal pittore olandese a Saint-Rémy un anno prima della sua morte, era parte della collezione Cox, altra grande protagonista delle aste del 2021. Passata di mano per **71,35 milioni**, sorpassa di poco la performance ottenuta dal maestro francese con *Le Bassin aux nymphéas* (1917-1919), che si ferma a **70,35 milioni**.
Come anticipato, il nono gradino è occupato da Beeple che chiude la classifica insieme a un'antica pergamena cinese dipinta nel XVIII secolo dal pittore di corte **Xu Yang** con soggetto *La conquista dello Xiyu da parte dell'Imperatore Qianlong*. L'operazione si è realizzata da Poly International Beijing e ha raggiunto **65 milioni di dollari**, dimostrando quanto siano sempre più apprezzati i grandi classici dell'arte dell'ex Celeste Impero. L'opera – di proprietà del miliardario Liu Yiquan, che l'aveva comprata nel 2009 per 19,7 milioni – ha registrato così un incremento di valore del 230%.

L'anno d'oro della Crypto Arte

Sebbene siano solo due i *crypto artwork* presenti nella top 10 delle opere d'arte più care, l'interesse per questo nuovo fenomeno artistico – che potremmo chiamare "post-contemporaneo" – è divenuto di tale portata che **il 2021 è stato definito l'anno d'oro dell'arte digitale**. Secondo l'**NFT Yearly Report 2021**, infatti, la capitalizzazione del mercato NFT è cresciuta a livelli esponenziali, passando da circa 40 milioni di dollari nel 2018 a 338 milioni nel 2020, anche se la vera impennata è avvenuta negli ultimi mesi, quando il segmento specifico ha sfiorato i **5 miliardi di fatturato**, ben oltre le previsioni degli analisti (1,3 miliardi).

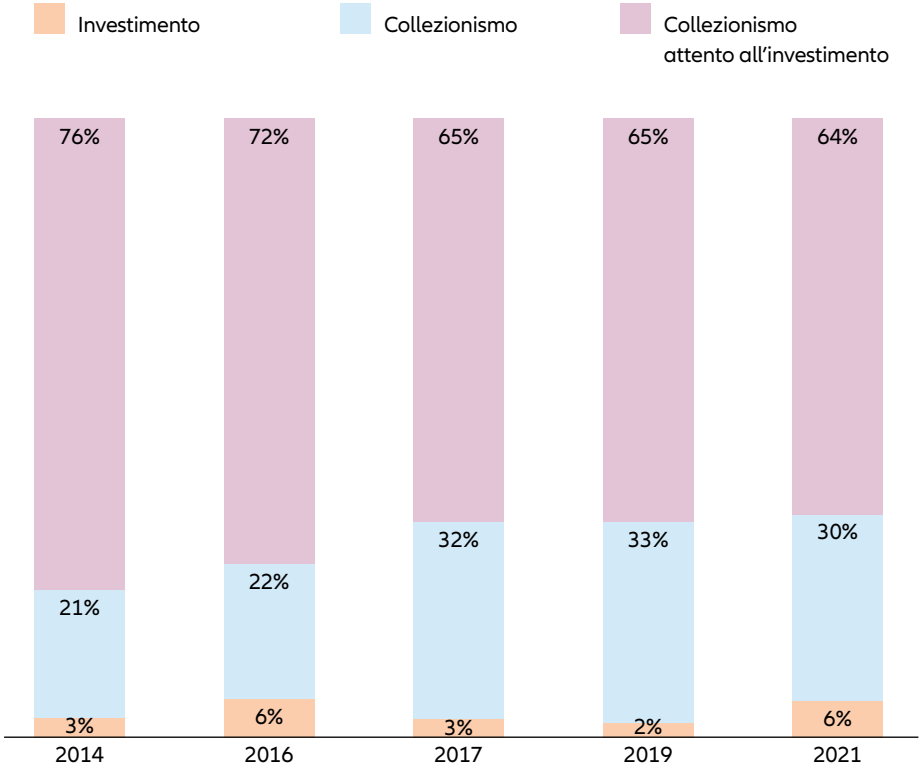
Xu Yang, *Emperor Qianlong's conquest of Xiyu*, XVIII sec. Courtesy of Poly International Beijing

Una forma di creatività, quella dell'arte digitale, che in realtà esiste già da diversi anni e che si inserisce del tutto nel contesto contemporaneo dominato dal *world wide web*, entrato stabilmente nelle nostre vite in compagnia di una serie di innovazioni tecnologiche che hanno spinto **Luciano Floridi** – professore ordinario di filosofia ed etica dell'informazione all'Università di Oxford – a definire la realtà attuale come una società *"OnLife"*, contemporaneamente attiva nel mondo virtuale e in quello fisico. Per spiegare questo concetto Floridi utilizza la "metafora delle mangrovie", piante che vivono in un ambiente salmastro laddove l'acqua salata del mare incontra quella dolce del fiume, rendendo molto bene l'idea della convivenza tra *online* e *offline*.
A sposare un approccio *OnLife* è sicuramente **Reasoned Art**, start-up società benefit italiana dedicata alla crypto arte e operante tramite tecnologia blockchain, che con la collaborazione della **Soprintendenza ABAP di Milano**, il patrocinio dal **Comune di Milano**, e il contributo legale di **Pavesio e Associati with Negri-Clementi**, ha reso possibile per la prima volta l'ingresso dell'Arco della Pace di Milano nel Metaverso. *AI Dataportal_Arch of Light* è il titolo del lavoro di **Ouchhh**, collettivo internazionale, che ha rivestito per tre giorni, dal 30 dicembre 2021 al 1° gennaio 2022, il monumento simbolo del capoluogo lombardo con un'innovativa *data sculpture* di luce a 360° facendolo diventare un'opera d'arte immersiva capace di raccontare, attraverso il linguaggio dell'arte digitale, la storia dell'Italia. Con la forte convinzione che *"l'innovazione non è nemica della tradizione, bensì una complice appassionata e fedele"*, **l'Arco della Pace di Milano** sarà **il primo monumento architettonico al mondo a essere certificato e venduto come NFT**, inserendosi in un progetto ben strutturato di promozione e valorizzazione del patrimonio culturale italiano.

La consulenza d'arte a servizio del cliente: il modello Allianz Bank

I numeri straordinari e crescenti raggiunti dal mercato dell'arte negli ultimi anni, anche a fronte della rivoluzione messa in atto dagli NFT, impongono una riflessione e una particolare attenzione da parte dei consulenti finanziari e dei gestori patrimoniali.
Se è indubbio il riconoscimento dell'importanza di adottare un approccio più olistico e rotondo al *wealth management*, mettendo a disposizione dei propri clienti servizi e strumenti

Figura 3
Emozione o investimento?
Perché i collezionisti acquistano opere d'arte

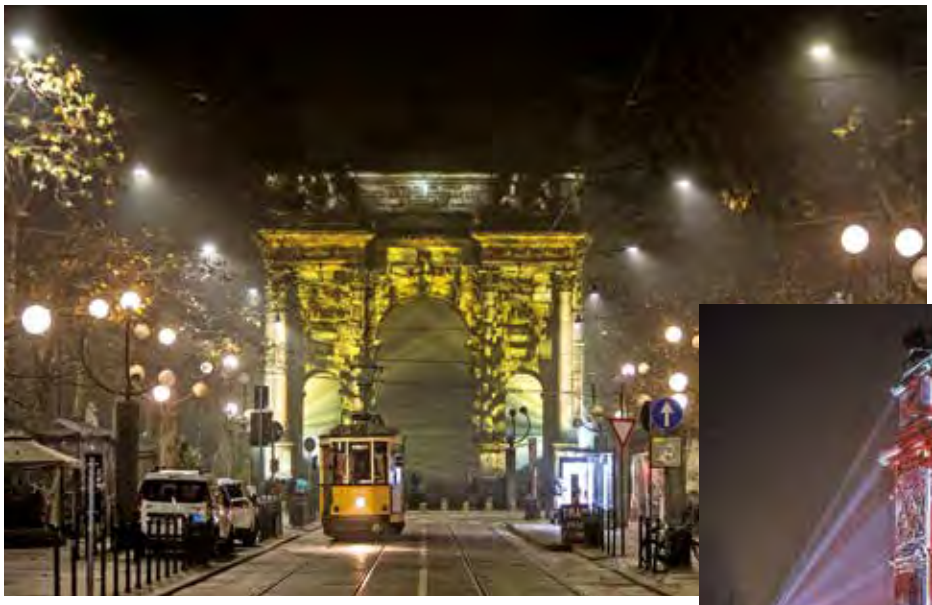


© Art&Finance Report di Deloitte Private

New entry di quest'anno sono i Non-Fungible Tokens, gli NFT, che si stanno rapidamente facendo strada verso transazioni a sette zeri e che rappresentano ormai il 5% del turnover totale del mercato di arte contemporanea.

dedicati ai beni artistici e ai *collectible* che contribuiscano a diversificare il proprio portafoglio (fonte: Art&Finance Report 2021 di Deloitte Private), è altrettanto fondamentale farsi aiutare in questo percorso da professionisti competenti, esperti indipendenti e con una approfondita conoscenza del mercato di riferimento per far sì che il proprio *passion asset* non perda il suo valore artistico ed economico.
Allianz Bank Financial Advisors da diversi anni fornisce alla propria rete di consulenti finanziari la possibilità di usufruire di un servizio di consulenza dedicato al settore dell'arte e dei beni da collezione, attraverso la collaborazione con il **Team Arte di Pavesio e Associati with Negri-Clementi**, studio legale specializzato in diritto dell'arte e *art consulting*.
Il modello proposto da Allianz Bank si caratterizza per il supporto integrato e costante durante le possibili diverse fasi del percorso. Percorso che può comprendere soluzioni indipendenti, riservate e mirate per la creazione, gestione, valorizzazione, protezione, pianificazione e mantenimento del patrimonio artistico, il tutto attraverso professionisti qualificati.
Uno spunto interessante che ci offre l'Art&Finance Report 2021 riguarda il dato dal quale emerge che oltre la metà degli intervistati (64%) compra arte per passione, ma con un occhio sempre vigile al fattore economico, ponderando preventivamente emozionalità e sicurezza (figura 3). Un acquisto col cuore, dunque, ma guidato dalla testa. **Questa maggiore attenzione al valore finanziario dell'acquisto di beni d'arte si traduce in una sempre più stretta e integrata interconnessione tra *art consulting* e *wealth management* che muove alcune banche, come Allianz Bank Private, a proporre un servizio di advisory completo (olistico) che coinvolga il patrimonio del cliente nella sua interezza.**

Allianz Bank Financial Advisors da diversi anni fornisce alla propria rete di consulenti finanziari la possibilità di usufruire di un servizio di consulenza dedicato al settore dell'arte e dei beni da collezione, attraverso la collaborazione con il Team Arte di Pavesio e Associati with Negri-Clementi, studio legale specializzato in diritto dell'arte e *art consulting*.



Ouchhh_*Arch of Light*. Courtesy of Reasoned Art

Allianz

Allianz Bank
Financial Advisors

Costruiamo relazioni che durano.

Da oltre 50 anni, ci impegniamo a creare e a rendere più forti le relazioni con i nostri Clienti. Lo facciamo attraverso una consulenza finanziaria che svolgiamo con professionalità, riservatezza e continua innovazione. Da sempre, infatti, mettiamo a disposizione di ogni Cliente le nostre migliori competenze.

→ **VAI SU ALLIANZBANK.IT**

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.
Prima dell'adesione leggere la documentazione informativa e contrattuale relativa a prodotti e servizi distribuiti da Allianz Bank Financial Advisors S.p.A. disponibile presso le filiali della banca, i centri di consulenza finanziaria e sul sito www.allianzbank.it.

Allianz

Allianz Bank
Financial Advisors

Allianz Global Investors

PIMCO

Allianz Investitori Sgr

algebris INVESTMENTS

Amundi ASSET MANAGEMENT

BlackRock.

BNY MELLON INVESTMENT MANAGEMENT

CANDRIAM A NEW YORK LIFE INVESTMENTS COMPANY

CAPITAL GROUP℠

CARMIGNAC RISK MANAGERS

COLUMBIA THREADNEEDLE INVESTMENTS

CREDIT SUISSE

DNCA INVESTMENTS

EURIZON ASSET MANAGEMENT

Fidelity INTERNATIONAL

FRANKLIN TEMPLETON

GAM Investments

Goldman Sachs | Asset Management

Allianz | Allianz Bank Financial Advisors

HSBC Asset Management

Invesco

Janus Henderson INVESTORS

J.P.Morgan ASSET MANAGEMENT

KAIROS a Julius Baer Group company

Man

M&G Investments

MFS

Morgan Stanley INVESTMENT MANAGEMENT

NEUBERGER | BERMAN

Nordea ASSET MANAGEMENT

PICTET Asset Management

ROBECO The Investment Engineers

Rothschild & Co Asset Management

Schroders

T.RowePrice

UBS

UNIGESTION

Vontobel