Confederazione Italiana Artigiani Lavoratori 1985 CIA
A difesa della piccola impresa

Artigianato & Impresa

Anno XIII - n. 6 • Giugno 2026

PERIODICO MENSILE A CARATTERE SOCIO-POLITICO, SINDACALE E CULTURALE



© Foto creata con www.chatgpt.com

LA CRISI NON TOCCA LE IMPRESE STRANIERE

ARTIGIANATO E PMI

QUAL È L'IMPATTO DEL SISTEMA DI PREFERENZE GENERALIZZATE SULLE IMPRESE ITALIANE?

COMMERCIO

FIRMATO IL PATTO D'AZIONE TRA ITALIA E INDIA

AGRICOLTURA

RINNOVATO IL CONTRATTO DEGLI OPERAI AGRICOLI: AUMENTI SALARIALI, WELFARE E CONTRASTO ALLA CARENZA DI MANODOPERA



ARTIGIANATO & IMPRESA

Periodico mensile
a carattere socio-politico,
sindacale e culturale

Anno XIII
n. 6 - Giugno 2026

CONTATTI:

CILA Nazionale
Artigianato&Impresa
@CILA_Nazionale
Cila Nazionale

www.cilanazionale.org
www.alaroma.it
www.consorziocase.com
www.ispanazionale.org
www.uils.it

consulenza@cilanazionale.org
comunicazione@cilanazionale.org

Confederazione Italiana Artigiani Lavoratori 1985 CILA
A difesa della piccola impresa

EDITORE
Federazione Regionale dell'Artigianato del Lazio

DIRETTORE RESPONSABILE
Massimo Filippo Marciano

PROPRIETARIO
Antonino Gasparo

COORDINATORE DI REDAZIONE
Alessio Celletti

REDAZIONE
Claudia Addeo
Sara Borraccino
Alice Ceccarelli
Alessio Celletti
Lorenzo Cuzzani
Catalina Elena Damian
Chiara Dara
Aurora Montioni
Carmen Ostuni
Silvia Parente
Layla Perroni
Alessandro Sisti

STAMPA
Stampato in proprio in
Via Sant'Agata dei Goti, 4 - 00184 - Roma

DIREZIONE E REDAZIONE
Via Baccina, 59 - 00184 Roma
tel.: 06 699 233 30 - fax: 06 679 7661

Registrazione Tribunale di Roma N° 298
del 12/12/2013

Gli articoli e le note firmati (da collaboratori esterni ovvero ottenuti previa autorizzazione) esprimono soltanto l'opinione dell'autore e non impegnano la C.I.L.A. e/o la redazione del periodico. L'editore declina ogni responsabilità per possibili errori od omissioni, nonchè per eventuali danni derivanti dall'uso dell'informazione e dei messaggi pubblicitari conte nuti nella rivista.

INDICE

• Artigianato & Impresa | Anno XIII | n. 6 | Giugno 2026 •



© Foto creata con www.chatgpt.com



© Foto di www.copilot.microsoft.com

EDITORIALE

LA CRISI NON TOCCA LE IMPRESE STRANIERE 4

ARTIGIANATO E PMI

QUAL È L'IMPATTO DEL SISTEMA DI PREFERENZE GENERALIZZATE SULLE IMPRESE ITALIANE? 6

FILIERE AGROITTICHE IN TEMPO DI GUERRA 8

LE FIERE E I MERCATI DELL'ARTIGIANATO 10

L'IA TRIPLICA NELLE PMI, MA RESTA IL NODO DELLE COMPETENZE 12

IMPRESA, *EMPOWERMENT* E WELFARE, MAGGIORI INCENTIVI E TUTELE PER LE IMPRESE E IL LAVORO FEMMINILE 14

IL DECRETO LAVORO RILANCIA L'IMPIEGO NELLE IMPRESE ITALIANE; ASSUNZIONI AGEVOLATE E ESONERI CONTRIBUTIVI 16

OLTRE IL SOUVENIR. IL VALORE DEL LAVORO ARTIGIANO NEL TURISMO ITALIANO 18

REGIONE LAZIO, APERTO BANDO DI 3 MILIONI DI EURO PER LE PMI FEMMINILI 20

COMMERCIO

FIRMATO IL PATTO D'AZIONE TRA ITALIA E INDIA 22

SCONTI E PROMOZIONI SOTTO CONTROLLO DOPO LA *DIRETTIVA OMNIBUS* 24

AGRICOLTURA

RINNOVATO IL CONTRATTO DEGLI OPERAI AGRICOLI: AUMENTI SALARIALI, WELFARE E CONTRASTO ALLA CARENZA DI MANODOPERA 26

NANO CAPSULE PLANT RESPONSIVE, L'INVENZIONE CHE PUÒ RIVOLUZIONARE L'INPUT AGRARIO 30

QUALE DESTINO PER UN START UP AGRITECH IN ITALIA? 32

"SALVIAMO IL LUPO, E IL LUPO CI SALVERÀ" 34

I NOSTRI CONTATTI SOCIAL

CILA Nazionale | Artigianato&Impresa | @CILA_Nazionale | Cila Nazionale | Cila Nazionale

Cooperativa sociale per
i Servizi alla Famiglia ONLUS

5x mille

La donazione del 5xmille nella dichiarazione dei redditi rappresenta per la ONLUS un gesto di solidarietà e di partecipazione, a sostegno dei cittadini meno protetti. L'occasione ci è gradita per auguraVi buone ferie.

Il Presidente
Antonino Gasparo

Per rendere più efficace l'iniziativa chiediamo divulgazione e suggerimenti

Versa il 5 x mille alla **Cooperativa Sociale per i Servizi alla Famiglia ONLUS**, aiuta i cittadini meno protetti.

La ONLUS ha istituito un **Fondo di Solidarietà** a sostegno del Progetto Sociale Abitativo, ideato dalla **UILS** (Unione Imprenditori e Lavoratori Socialisti) e dalla **CILA** (Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani). Aiuta i cittadini che si trovano in disagio sociale abitativo e i piccoli imprenditori (artigiani, commercianti e agricoltori). La ONLUS chiede la cooperazione dei contribuenti al fine di agevolare il progetto sociale già avviato. Per ulteriori informazioni visita il sito **www.coopservizionlus.org**

Come puoi partecipare?

Inserisci il **Codice Fiscale 06290741005** della ONLUS nell'apposito riquadro presente su i modelli per la dichiarazione dei redditi (Modello Unico, 730, CUD) e apporre la tua firma. Il tuo 5 x mille è una donazione i cui risultati saranno pubblicati sui nostri siti www.coopservizionlus.org, www.cilanazionale.org, www.uils.it e sui i canali social.

La CILA, nel programma di espansione nel territorio nazionale, sta istituendo nuove sedi anche in collaborazione con professionisti, commercialisti e avvocati al fine di dare assistenza ai propri associati, artigiani, commercianti e agricoltori. I professionisti interessati possono contattarci tramite email: famiglia.servizi@gmail.com o al numero 06 69923330

COOPERATIVA SOCIALE PER I SERVIZI ALLA FAMIGLIA ONLUS

Via di Sant'Agata de Goti, 4
00184 Roma

EMAIL:
famiglia.servizi@gmail.com

TEL. 06 69923330



Scadenza dichiarazione 730
dal 30/04/2024 al 30/09/2024



Scadenza compilazione Modello Unico **dal 15/04/2024 al 15/10/2025**

LA CRISI NON TOCCA LE IMPRESE STRANIERE



© Foto creata con www.chatgpt.com



Editoriale
di Antonino Gasparo
Presidente UILS

In controtendenza rispetto al bilancio negativo delle aziende italiane (meno 50.00 unità nel 2013) il saldo delle imprese gestite da stranieri è più che positivo. Su 6.061.960 imprese operanti in Italia nel 2013, 497.080 sono condotte da imprenditori nati all'estero, ovvero l'8,2% del totale. Di queste, quasi il 94% è di esclusiva conduzione straniera. Per imprese straniere si intendono quelle aziende dove il 50% o più delle quote di proprietà è in mano ad imprenditori non nati in Italia, ciò sta a significare che gli stranieri tendono a costruire da soli la propria azienda oppure insieme a connazionali.

Rispetto al 2011, le imprese gestiste da immigrati sono aumentate del 9,5%. I settori in cui l'incremento è stato maggiore sono alberghi e ristoranti (+18,5%), servizi (+17,4%) e commercio (+12,1%). Il settore con il maggior numero di imprese condotte da stranieri è il commercio, con più di 175mila aziende, seguono le costruzioni, con oltre 126mila imprese e i servizi, con più di 104mila unità produttive. Un dato ancora più importante se confrontato con quello sconfortante delle imprese italiane: le aziende straniere reggono meglio la crisi e creano ricchezza. Infatti, in Italia le 497.000 imprese condotte da stranieri contribuiscono con 85 miliardi di euro alla creazione del 6,1% del valore aggiunto nazionale.

Mentre la politica ancora discute di ius soli e di flussi migratori centinaia di immigrati aprono aziende, assumono (3 milioni di italiani lavorano per loro) e versano alle casse dell'Inps circa 10 miliardi di euro l'anno. Come al solito la società civile è sempre un passo avanti rispetto alla politica, e nonostante le difficoltà che le imprese straniere, come quelle italiane, riscontrano: dalla burocrazia, alla tassazione improponibile, decidono di investire e arricchire il nostro paese. La Cila, incentiva e sostiene con i suoi servizi e consulenze tutte le attività imprenditoriali, nella ferma convinzione che l'integrazione passi anche attraverso l'imprenditoria. Un paese che incoraggia gli immigrati, e non, a migliorare la propria condizione lavorativa attraverso la creazione di imprese che generano ricchezza è un Paese che ha un futuro.



© Foto creata con www.chatgpt.com



IL RISO ITALIANO NON PIACE A BRUXELLES

QUAL È L'IMPATTO DEL SISTEMA DI PREFERENZE GENERALIZZATE SULLE IMPRESE ITALIANE?

L'UE continua a sfavorire il Bel Paese nell'agroalimentare

© Foto di www.copilot.microsoft.com

L'Unione Europea continua a stupire.

In un momento di forte disagio geopolitico, energetico e commerciale, Bruxelles decide di vessare, ancora una volta, il settore agroalimentare.

Il Green Deal, la Pac e il Mercosur non bastano per esporre le imprese europee e italiane a deficit di concorrenza, mercati grigi e castrazione della propria capacità produttiva.

Il Parlamento Europeo, il 28 aprile 2026, ha approvato il *Sistema di Preferenze Generalizzate*.

Come al solito, un nome evocativo moderno che declini in astuzie da architettura burocratica spicciola.

Il detto SPG è il regime con cui l'UE concede dazi ridotti o azzerati ai Paesi in via di sviluppo, per favorire crescita economica e integrazione commerciale.

Interessante notare come dopo anni di utilizzo ridondante di un termine a livello sociale, sfociato in una decostruzione del proprio significato e uno svuotamento completo del fine lessicale, l'evoluzione progressista comunitaria sposti detta integrazione a livello economico.

Poco importa se l'Unione dei 27 abbia come scopo l'autodeterminazione dei paesi membri, in un sistema di contribuzione che faccia rima con tutele, implementazione tecnologica, equità e tanti altri valori sbandierati ma mai concretizzati.

Ora è il tempo dell'integrazione economica, per cui ben vengano strumenti normativi con cui si sorrida al Sud America, al Sud-est asiatico e chi più ne ha più ne metta, a quanto pare il processo di adesione all'Unione Europea, tra oneri (un'infinità) e onori (qualcuno meno), è completamente alienato in virtù di una entità che decida di entrare nelle tasche degli europei, dimenticando cosa sia veramente l'*acquis*.

Tornando al Sistema di cui in calce, la ratio è presto detta: con 459 volti favorevoli, 127 contrari e 70 astenuti, il Parlamento aggiorna il regime per i prossimi 10 anni, consolida criteri ambientali e sociali per accedere alle preferenze e introduce meccanismi automatici di salvaguardia per settori sensibili.

Queste tre direttrici sono i tre elementi da tenere in considerazione per comprendere quanto simili misure andranno a impattare sulle imprese italiane, specialmente in ambito risicolo.

Il punto più controverso riguarda il riso importato dai *Paesi Meno Avanzati* (PMA), in particolare Cambogia e Myanmar.

Questi Paesi esportano riso nell'UE a dazio zero grazie al regime *EBA*, *Everything But Arms*, che permette loro di fregiarsi di un simile vantaggio competitivo per ogni commessa, tranne, per l'appunto, le armi.

In sostanza, è presente una clausola di salvaguardia che scatta solo quando le importazioni da un singolo Paese superano del 45% il volume annuo di riferimento.

Esempio per il 2027:

- Cambogia: soglia = 216.047 tonnellate + 45%.
- Myanmar: soglia = 171.862 tonnellate + 45%.

Solo oltre questi livelli la Commissione può:

- sospendere temporaneamente i benefici daziari;
- introdurre contingenti tariffari l'anno successivo.

Gli emendamenti che chiedevano di abbassare la soglia al 20% (molto più protettiva) sono stati bocciati.

L'Italia è il primo produttore europeo di riso, con oltre il 50% della produzione UE.

La soglia del 45% risulta come una barriera di esclusione del Bel Paese all'esportazione di riso, in un ambito di leadership indiscussa.

L'elevata soglia percentuale è quasi impossibile da raggiungere, per cui l'UE interverrà solamente dopo un aumento enorme delle importazioni, quando un'intera fetta di mercato sarà erosa dal riso proveniente da paesi extra UE.

Diverse sigle italiane hanno definito lo sbarramento "poco incisivo", "di scarsa tutela del settore" e "non consente interventi tempestivi".

Se l'intellighenzia europea avesse anticipato la soglia di intervento, l'Italia non avrebbe subito una simile destabilizzazione.

In più, nodo nevralgico è la concorrenza asimmetrica. I PMA producono con costi molto più bassi, non rispettando gli stessi standard ambientali, i medesimi standard sul lavoro e godono di un più alto valore aggiunto dovuto ai costi di produzione inferiori.

Come sempre, come accaduto con il Mercosur, l'Europa è la terra dei regolatori, anzi, degli autoregolatori.

Si assiste a una iper-normazione a livello interno, così da permettere a paesi terzi di avvalersi di una concorrenza sleale legalizzata.

I risultati di una simile contingenza troveranno compimento in un abbassamento dei prezzi interni, un livellamento verso il basso dei margini per i produttori italiani con conseguente difficoltà a coprire i costi di produzione, un rischio, forte, di abbandono delle superfici coltivate.

Ancora una volta, l'Italia, tra i primi Paesi contribuenti dell'Unione Europea, assiste a un depotenziamento del proprio settore primario, in virtù di non meglio precisate ragioni di integrazione economica.

Tra qualche tempo, probabilmente, sentiremo parlare anche di inclusione economica.



Lorenzo Cuzzani

Dopo gli studi in Giurisprudenza frequenta un corso in mercati finanziari fortemente orientato all'apprendimento del trading sul Forex. Il "Dealing on Foreign Exchange Market –FOREX-" gli fornisce gli strumenti per iniziare il percorso di trader, ambito in cui è attivo con particolare attenzione all'analisi fondamentale. Già redattore finanziario presso FX Empire e yahoo!finanza, sviluppa contenuti aziendali e paper fin anziari e lavora come traduttore in ambito economico, finanziario e legale. Ha operato diversi anni anche nel settore no-profit, ricoprendo l'incarico di segretario di un'associazione senza scopo di lucro e direttore creativo di un'arena cinematografica.

TEMPO DI GUERRA

FILIERE AGROITTICHE IN TEMPO DI GUERRA

Le rotte del mare sotto assedio e il prezzo nascosto dei conflitti globali

Quando scoppia una guerra le prime immagini che arrivano sono quelle dei civili, dei palazzi distrutti, dei convogli umanitari. Ma c'è un'altra linea del fronte, meno visibile e altrettanto decisiva: quella che compromette il futuro attraverso le nostre economie. Lì scorrono le filiere agroittiche, un sistema complesso che tiene insieme pesca, agricoltura, trasformazione, logistica, commercio e sicurezza alimentare sulle rotte marittime. E che oggi, tra Mar Rosso, Golfo Persico e Mediterraneo orientale, si trova esposto, mentre imprenditori del settore continuano a profondere impegno e progetti nella speranza di ricevere i finanziamenti previsti dall'UE. Le guerre, infatti, non colpiscono solo i territori ma **le infrastrutture, il sistema logistico, le fonti di approvvigionamento di energia del nostro mondo, più interconnesso che mai**. **In questo momento storico il mare può essere considerato la sede critica di una infrastruttura globale,** in cui realtà diverse dipendono dalla logistica marittima per il trasporto di pesce fresco, surgelati, farine di pesce, mangimi, oli, packaging; lavorano prodotti deperibili, che non tollerano ritardi; consumano energia in ogni fase: pesca, refrigerazione, trasformazione, distribuzione. Quando una rotta si blocca o si militarizza, l'effetto è immediato: costi che esplodono, container fermi, mercati che si svuotano, imprese che non reggono. CILA vuole richiamare l'attenzione sulle tratte strategiche sotto pressione. In primis, neanche a dirlo, **lo Stretto di Hormuz – al momento, fulcro del mondo**: passaggio obbligato del 20% del petrolio trasportato via mare. Ogni tensione tra Iran, Stati Uniti e Israele si traduce in carburante più caro, assicurazioni marittime triplicate, deviazioni delle rotte verso l'Asia, ritardi che compromettono la qualità dei prodotti freschi.

Mar Rosso e Canale di Suez – la rotta che tiene insieme Mediterraneo e IndoPacifico: gli attacchi alle navi commerciali e la militarizzazione dell'area hanno trasformato il Mar Rosso in un imbuto. Le compagnie di navigazione deviano verso il Capo di Buona Speranza: 1014 giorni in più di viaggio, costi raddoppiati, merci deperibili a rischio. Per le filiere agroittiche europee dirette verso i mercati asiatici — e per quelle asiatiche dirette in Europa — significa **perdita di competitività**.

Mediterraneo orientale: un tempo crocevia di prodotti ittici, fra cui il pregiatissimo tonno rosso, oggi

Marocco: sardine e piccoli pelagici bloccati tra Atlantico e Mediterraneo

Il Marocco è un gigante del commercio dei piccoli pelagici, fondamentali per farine di pesce e mangimi. La guerra nel Mar Rosso ha colpito indirettamente anche questa filiera:

- le spedizioni verso l'Asia devono circumnavigare l'Africa;
- i costi logistici aumentano fino al 300%;
- le industrie di trasformazione europee — soprattutto in Spagna e Italia — si trovano senza materia prima.

Il Marocco, pur lontano dal conflitto, paga il prezzo di una geografia che non perdona: quando Suez si blocca, si blocca mezzo mondo.

Oman: la filiera del tonno giallo sotto pressione

L'Oman è uno dei principali esportatori di tonno giallo verso Europa e Giappone. La sua flotta opera a ridosso dello Stretto di Hormuz, dove le tensioni militari hanno provocato:

- aumento del 40–60% dei costi assicurativi;
- deviazioni obbligate delle rotte verso porti più sicuri;
- ritardi nei container refrigerati diretti in Europa.

Il risultato è un crollo della competitività: il tonno omanita arriva più tardi e costa di più, mentre competitor come India e Sri Lanka guadagnano terreno.



© Foto di ManooMedia su www.pexels.com

soffre la crescente presenza militare, i controlli e la congestione portuale che rallentano le esportazioni verso Medio Oriente e Nord Africa, i flussi di prodotti trasformati, la logistica dei grandi hub come Pireo e Gioia Tauro.

Le filiere agroittiche vengono dunque colpite trasversalmente per l'effetto domino sui traffici di energia. Quando il carburante aumenta, l'intera filiera si contrae: meno uscite in mare, prezzi più alti, margini che evaporano. Mangimi, farine di pesce, fertilizzanti, macchinari, refrigerazione: tutto arriva via mare e questo fa sì che le catene di approvvigionamento si spezzino, creando un effetto a cascata che colpisce anche le piccole marinerie. Ma questo effetto domino in trasversale racconta in realtà come la geopolitica riguardi in maniera diretta non solo la deperibilità, il valore dei beni di scambio quanto la competitività internazionale. Le cooperative italiane denunciano già danni ingenti per i ritardi sulle tratte verso Medio Oriente e Asia. Quando una rotta diventa troppo costosa, i mercati asiatici si rivolgono altrove: Turchia, India, SudEst asiatico. Recuperare quelle quote di mercato è quasi impossibile.

In questo scenario, per tutto il 2026 l'UE ha attivato il meccanismo di crisi del Feampa - Fondo europeo per gli affari marittimi, la pesca e l'acquacoltura - per compensare le conseguenze del conflitto in Medio Oriente, rendendo disponibili circa 760 milioni di euro sui 1,3 miliardi iniziali destinati alle misure di emergenza. Gli Stati Membri potranno decidere se erogare compensazioni a pescatori, operatori dell'acquacoltura, trasformatori e dettaglianti ma Bruxelles lascia margine per intervenire a monte, aiutando le organizzazioni di produttori, con l'obiettivo di stabilizzare i prezzi attraverso lo stoccaggio temporaneo dei prodotti ed attività di produzione primaria, come sbarco, manipolazione e prima trasformazione del pesce. La forte dipendenza del settore dai combustibili fossili richiama ancora una volta all'importanza della transizione ecologica, stavolta non solo nel rispetto dell'ambiente ma come garanzia di resilienza sul breve periodo e competitività per il futuro. Le filiere agroittiche rappresentano ormai una rete globale su cui, più che mai in tempo di guerra, è possibile misurare il grado di sicurezza alimentare sui siamo esposti. Non esiste sicurezza alimentare senza stabilità geopolitica. E oggi, più che mai, il mare è il luogo dove questa verità si manifesta con maggiore chiarezza.



Flavia Murabito

Laureata in Sociologia, lavora come freelance per ricerche storiografiche, documentari, progetti di scambio interculturale. I suoi interessi si concentrano prevalentemente su campo antropologico e socio-culturale. Ha esperienza in campo editoriale e televisivo per la curatela di palinsesti, lavori di scrittura e ricerca, fino agli ultimi incarichi come coordinatore della produzione. Tra le ultime collaborazioni, lo sviluppo di alcuni documentari trasmessi su Rai3 nel biennio 2015-2016. Lavora anche nel settore turistico per la ricettività e la promozione della pesca artigianale.

TRA TRADIZIONE, CULTURA E SVILUPPO ECONOMICO

LE FIERE E I MERCATI DELL'ARTIGIANATO



© Foto creata con www.gemini.google.com

Le fiere e i mercati dell'artigianato sono un'esperienza autentica, un viaggio sensoriale che si attiva non appena si varca la soglia di queste piazze animate: il profumo avvolgente del legno appena tagliato, l'odore intenso del cuoio lavorato da poco, la luce ipnotica di un gioiello che capisci subito essere unico, nato da un disegno che non si ripeterà. Passeggiare tra le bancarelle non è e non sarà mai solo "fare shopping": è, al contrario, un modo per ritrovare un ritmo più umano, lento e vero. È un atto di resistenza poetica, soprattutto oggi, in un'epoca frenetica in cui compriamo tutto con un semplice ed impersonale clic sullo schermo di uno smartphone, finendo spesso per dimenticare da dove arrivano gli oggetti che usiamo ogni giorno, chi li ha pensati e quanta fatica sia servita per dar loro una forma compiuta.

Già nel Medioevo le piazze delle città e dei piccoli borghi si riempivano di colori, voci e mercanti arrivati da lontano per mostrare con orgoglio le proprie creazioni. Non erano semplici mercati di scambio merci: erano una sorta di "social network" dell'epoca, i veri centri nevralgici della vita pubblica. In quei luoghi affollati ci si scambiavano i segreti del mestiere, si imparavano tecniche nuove osservando i forestieri e, soprattutto, si costruiva il senso profondo della comunità. Ecco perché i mercati di oggi conservano intatta la stessa identica magia: sono ponti sospesi nel tempo, fili invisibili tesi tra la storia profonda di un territorio e ciò che verrà domani.
La differenza sostanziale tra un prodotto industriale, standardizzato e replicato in serie in milioni di pezzi identici, e uno artigianale, alla fine, sta tutta lì, in un dettaglio invisibile ma percepibile: nell'anima. Che sia una ceramica dipinta a mano con minuscole imperfezioni che ne testimoniano l'autenticità, un abito da sera cucito su misura che segue le linee del corpo o un oggetto in vetro soffiato che imprigiona la luce, chi sceglie l'artigianato non compra soltanto un oggetto d'arredo o un capo di abbigliamento. Porta a casa, in realtà, un pez-



© Foto creata con www.gemini.google.com

zo di vita del creatore: ore passate a fare prove, errori, passione pura, fatica fisica, notti insonni e un'attenzione maniacale ai dettagli. Si viene a creare un rapporto diretto e trasparente, totalmente privo di intermediari commerciali: guardi l'artigiano dritto negli occhi, ascolti la storia di quel pezzo, capisci il valore del materiale e lo scegli sapendo, con assoluta certezza, che nessun altro al mondo ne avrà mai uno identico al tuo.

E questi eventi fanno bene a tutti, non appagano solo gli occhi dei visitatori o l'orgoglio di chi espone. Quando una fiera dell'artigianato prende vita nel cuore di una comunità, ridà immediatamente linfa ed energia a interi paesi e città, fungendo da formidabile volano economico: attira viaggiatori curiosi, riempie i tavoli dei ristoranti, fa lavorare gli alberghi, le strutture ricettive e mette sotto i riflettori le bellezze storiche e paesaggistiche del posto. Si tratta di un modello perfetto di economia circolare, sana, etica e sostenibile, che protegge attivamente le tradizioni locali dal rischio concreto di finire per sempre nel dimenticatoio a causa della globalizzazione dei consumi. C'è poi un valore educativo enorme, una funzione pedagogica che non dovremmo mai sottovalutare. Vedere un maestro artigiano all'opera in un laboratorio dal vivo, mentre plasma la materia grezza con la sola forza delle mani e di pochi attrezzi antichi, fa brillare gli occhi ai bambini e cattura la loro attenzione solitamente distratta dai display digitali. Questo è senza dubbio uno dei modi migliori e più efficaci per tramandare mestieri antichi che altrimenti rischierebbero di scomparire nel giro di una generazione, e per far capire ai più giovani quanta dignità, quanta intelligenza e quanto valore economico e culturale ci siano nel lavoro manuale.

Certo, oggi molti artigiani moderni usano con maestria Instagram, TikTok o le piattaforme di e-commerce per farsi conoscere, promuovere le loro opere e spedirle dall'altra parte del globo, e questo va benissimo: è il progresso che aiuta la tradizione a sopravvivere e ad arrivare lontano. Ma diciamolo con franchezza: uno schermo freddo e piatto non potrà mai sostituire il calore umano di un incontro dal vivo. Toccare con le dita la trama ruvida di un tessuto pregiato, sentire il peso specifico di una scultura di legno tra le mani, scambiare due parole e un sorriso con chi l'ha ideata e creata dal nulla: sono emozioni fisiche, viscerali, che nessun algoritmo digitale, per quanto sofisticato, potrà mai replicare.

Sostenere con convinzione le fiere e i mercati dell'artigianato significa, in ultima analisi, fare una scelta di campo precisa: significa scegliere di difendere la bellezza, la creatività pura, la diversità e le relazioni umane più autentiche. Significa, insomma, tifare attivamente per un futuro più a misura d'uomo, in cui la qualità intrinseca di ciò che possediamo e la storia che esso racconta contino ancora molto più della sterile quantità.



Catalina Elena Damian

Nata a Iaşi (România) nel 2003 e cresciuta a Roma, Damian Cătălina Elena studentessa di Scienze Politiche e Relazioni Internazionali presso l'Università di Roma "La Sapienza". Nutre costantemente l'interesse per il giornalismo, avviata sui giornalini scolastici e universitari, e valorizzata anche dalla partecipazione a un corso di scrittura poetica.

L'ISTANTANEA DEL REPORT ISTAT 2026 SU CAPITALE UMANO E NUOVE TECNOLOGIE

L'IA TRIPLICA NELLE PMI, MA RESTA IL NODO DELLE COMPETENZE

Le imprese corrono verso l'innovazione tecnologica, frenate però da una carenza cronica di skills tecniche. La disoccupazione diminuisce ma crescono i posti disponibili, tra mancanza di formazione e aumento di età media dei dipendenti

Aumenta l'uso dell'intelligenza artificiale nelle Piccole e Medie Imprese ma il principale ostacolo rimane il capitale umano: questo è ciò che emerge dal Rapporto annuale **Istat**, presentato a Roma lo scorso 21 maggio nell'Aula dei Gruppi parlamentari della Camera.

Nel giro di due anni, dal 2023 al 2025, l'Intelligenza Artificiale è triplicata, partendo da un 6% fino all'attuale 16,4%, entrando a pieno regime nelle attività ordinarie, con una presenza che si diversifica in base alla dimensione dell'azienda.
Nel quarto capitolo del Report, si legge che tra le piccole imprese fino a 49 addetti, l'IA sia diffusa per il 14,2%, passando poi al 27% per le medie imprese fino al 53% per chi ha più di 250 dipendenti.
Se guardiamo invece al tipo di azienda più incline ad investire in tecnologia IA, secondo lo studio di *Ropele e Tagliabracci* (2026), al primo posto troviamo i servizi ad alta intensità di conoscenza, come le attività tecniche e scientifiche, e le imprese esportatrici.

Un'accelerazione italiana sull'IA che diviene motore economico e spinge le imprese verso una maggiore competitività, facendo in modo di innovare processi, prodotti e modelli organizzativi.

I buoni propositi, però, si scontrano con una realtà ben diversa all'interno delle PMI. Una realtà che fa i conti con costi iniziali elevati, ma soprattutto con la mancanza delle **competenze**.

La fotografia scattata dall'Istat fa luce anche su questo tema e sul capitale umano: si rileva, infatti, una forte carenza di skills tecniche, motivo per cui molte imprese con meno di 250 addetti non usano l'AI.

Tra i tanti fattori, a pesare sull'adozione di nuovi sistemi è anche la tecnologia complementare; infatti, l'Intelligenza Artificiale nasce più facilmente in un contesto fertile, che presenta già buoni livelli di sviluppo tecnologico.

Strumenti operativi già esistenti come *Businesss Intelligence, Customer Relationship Management, cloud di piattaforma, analisi dei dati* possono favorire l'adozione di sistemi automatizzati fino al 75,5% se tutte queste tecnologie sono presenti; se invece,



© Foto di Rdne Stock project - RDNE Stock project - Photography

questi sistemi mancano, si arriva ad una soglia del 4,8% di probabilità di uso dell'IA.

A gravare però sull'adozione dei sistemi di Intelligenza artificiale sarebbe proprio **l'anzianità e l'età media dei dipendenti.**
Sarebbe quindi necessario, scrive l'Istat, rivolgersi ad una forza lavoro più giovane e meno statica, capace di adattarsi ad evoluzioni continue.

Aggiornare il personale già presente in azienda e investire nella formazione rappresentano i due pilastri fondamentali per ridurre il gap di competenze e favorire così un uso maggiore dei sistemi intelligenti.

C'è poi una soglia massima di età media della forza lavoro, oltre la quale c'è una probabilità che l'introduzione di innovazioni si possa ridurre: i dati confermano 36 anni per l'innovazione di processo, 41-42 anni per l'innovazione di prodotto.

Se questa è l'età media auspicabile, la realtà restituisce un quadro ben diverso. Nel 2023, oltre la metà delle piccole imprese di industria e servizi aveva personale con età media di circa 42 anni, che va quindi a superare la soglia.

Sul tema del capitale umano, le PMI si rendono protagoniste di un altro scenario, il **mismatch del mercato**, lo squilibrio tra domanda e offerta di lavoro, divenuto un problema di estrema urgenza e che trova ragion d'essere soprattutto nel settore manifatturiero e tecnologico.

Il lavoro c'è, ma mancano i lavoratori, sia da un punto di vista quantitativo che qualitativo. Infatti, la disoccupazione è rimasta stabile ma i posti vacanti sono aumentati nella seconda metà del 2025. Specialisti ICT si attestano al 4 % degli occupati contro, ad esempio, il 5,3 della Germania.
Pensare di avere competenze da offrire sul mercato, ma poi non essere profili spendibili sul piano pratico. È forse questo il grande paradosso del mercato del lavoro odierno.

Per far sì che avvenga un salto di qualità in termini di competenze e innovazione, bisognerebbe dunque ripensare il dipendente, investendo su formazione e ricambio generazionale.
Il messaggio del Report è esplicito: il divario si riduce grazie allo sviluppo di know-how che a sua volta genera produttività e quindi progresso tecnologico.

La redazione Cila vi terrà aggiornati sugli andamenti tra competenze, innovazione e lavoro.



Chiara Dara

Chiara, classe 1998, laureata in Scienze politiche e specializzata in Comunicazione digitale e Marketing. Da sempre appassionata di giornalismo, ho scritto per qualche testata locale e per un istituto di analisi di relazioni internazionali, occupandomi di geopolitica soprattutto in ambito economico e di politica internazionale. Ho lavorato per un ente no profit, occupandomi di attività di ricerca e di gestione di vari progetti locali. Successivamente ho lavorato in un'azienda, occupandomi di marketing e vendite, a contatto con clienti privati e pubblici. Credo nel peso e nel potere delle parole, le quali generano legami e costruiscono significati profondi; in tal senso, vorrei vivere raccontando il mondo e le esperienze che offre, in ogni sua forma.

PRIMATO EUROPEO PER L'IMPRENDITORIA FEMMINILE ITALIANA, MA RECORD NEGATIVO PER DISOCCUPAZIONE

IMPRESA, *EMPOWERMENT* E WELFARE, MAGGIORI INCENTIVI E TUTELE PER LE IMPRESE E IL LAVORO FEMMINILE

Il 22% delle imprese italiane sono guidate da imprenditrici - circa 1,5 milioni- Tuttavia, il 54,5% delle donne non lavora. Tra queste, 1 milione sono giovani tra i 25 e i 34 anni



© Foto di www.copilot.microsoft.com

Sono circa 1,3 milioni in Italia le imprese guidate da donne. Il rapporto de "L'imprenditoria femminile Italiana", realizzato da Unioncamere, dimostra che l'Italia detiene il primato europeo per numero di imprenditrici e lavoratrici autonome (1.574.000 donne). Il report ne evidenzia l'elevato profilo qualitativo, il 42% delle donne indipendenti italiane possiede una laurea a fronte del 22,3% della componente maschile. Dai dati della certificazione per le pari opportunità emerge anche che negli ultimi dieci anni le aziende guidate da donne hanno retto meglio rispetto alle altre (+0,4% contro il -3,6%), segno di alta qualità e innovazione.

Il report, tuttavia, solleva alcune criticità di natura strutturale e congiunturale. Nel 48,7% dei casi la manodopera richiesta dalle piccole imprese guidate da donne risulta di difficile reperimento nel mercato del lavoro e nell'85% dei casi le donne creano una propria azienda solo dopo un precedente percorso professionale. I dati dimostrano una minore propensione al rischio, perché nell'ultimo decennio le donne di età inferiore ai 35 anni che hanno creato una propria im-



© Foto di www.copilot.microsoft.com

presa sono diminuite del -24,5%; un calo dovuto anche dalle difficoltà di conciliare lavoro e vita privata. L'Italia si conferma anche ai primi posti per disoccupazione femminile rispetto agli altri paesi europei. Se le donne occupate tra i 25 e i 49 anni con figli e in coppia in Italia sono il 63,1% a fronte del 77,2% della media UE, il 54,5% dichiara di non lavorare per motivi familiari; inoltre, le giovani donne inattive tra i 25 e i 34 anni sono oltre 1 milione, di cui 256 mila laureate. L'origine è in uno stato sociale ancora lontano dai livelli europei; nel 2025 solo il 35,5% dei bambini al di sotto dei tre anni ha avuto accesso ai servizi per l'infanzia rispetto al 40,6% della media europea.

La Convention nazionale dedicata alle imprese femminili, tenutasi a Roma il 20 maggio, ha posto l'attenzione sulla necessità di riforme legislative urgenti, come la revisione della legge quadro del 1985, per rispondere alla necessità di un artigianato 5.0. Dalla tavola rotonda è emersa anche la necessità di fornire una risposta importante al credito attraverso la nuova Artigiancassa, uno strumento finanziario per dare liquidità agli imprenditori di fronte alle sfide della transizione digitale e della sostenibilità.

I riflettori sono accesi sulla necessità di politiche economiche e sociali capaci di sostenere l'imprenditoria e il lavoro femminile. Tre imprese femminili su quattro dipendono dall'autofinanziamento e solo una su tre investe in formazione; questo limita la propensione ad investire in modo strutturato e la capacità di pianificazione strategica e di gestione del rischio.

Le imprese femminili sono radicate nei settori tradizionali ma sono in crescita le attività di consulenza e management, servizi digitali, ICT e iniziative legate alla sostenibilità, mentre si assiste a un calo del settore agricolo. Le start-up femminili si dimostrano ancora una minoranza solo l'1,7% ha avuto accesso al bando *Smart&Smart* per dare avvio alla propria impresa.

Le aziende femminili rappresentano un'importante fetta del nostro capitale economico e investire in questa direzione significa incrementare la crescita di tutto il Paese. Per questo il Programma di Imprenditoria femminile mira a realizzare iniziative di *empowerment*, formazione e orientamento all'imprenditorialità. I dati del report dimostrano che le imprese femminili aumentano la propria produttività fino al +40% se supportate da finanziamenti e formazione. L'attenzione di CILA è posta sulla concreta applicazione delle iniziative in grado di sostenere e incentivare lo sviluppo dell'imprenditoria femminile soprattutto in logica non assistenzialista. La nuova norma sulle IGP non agricole sarà di ulteriore aiuto per il settore purché il sistema di certificazione non resti un adempimento formale ma diventi uno strumento competitivo per migliorare la produttività e il posizionamento delle imprese nei mercati. L'*empowerment* deve quindi tradursi in un accesso concreto al credito, alle competenze digitali e alle nuove tecnologie. Sostenere la crescita delle imprese femminili italiane non è solo una questione di parità di genere ma un obiettivo prioritario per la stabilità dell'intera economia del nostro Paese, non significa generare solamente ricchezza economica ma anche un importante PIL sociale.



Carmen Ostuni

Carmen, classe 1992, laureata in Comunicazione Pubblica e d'Impresa all'Università La Sapienza di Roma. Ho conseguito un Master in Web Marketing, Social Media e Graphic Design e svolto uno stage presso un'azienda locale come Content editor occupandomi della scrittura dei testi per il sito web e per i social media aziendali. Attualmente lavoro per un'agenzia di comunicazione e marketing nel settore B2C e collaboro come articolista per un magazine online.

NUOVE OPPORTUNITÀ ECONOMICHE PER ARTIGIANATO E PMI

IL DECRETO LAVORO RILANCIA L'IMPIEGO NELLE IMPRESE ITALIANE; ASSUNZIONI AGEVOLATE E ESONERI CONTRIBUTIVI

I nuovi incentivi per le PMI nell'ambito delle assunzioni di risorse all'interno delle nuove imprese. Il Decreto Legge n. 62 è una opportunità per rilanciare il mondo del lavoro, tutelando imprenditori e lavoratori dipendenti

Con il Decreto Legge n. 62, denominato "Decreto Lavoro", il Governo ha varato un pacchetto di misure indirizzate alle imprese italiane per stimolare le assunzioni e alleggerire le spese in capo alle singole aziende.

L'obiettivo del provvedimento è invertire la tendenza d'impiego del secondo trimestre, di cui vari studi testimoniano la difficoltà nel reperire circa il 60% delle risorse specializzate richieste nei settori artigianali. Infatti, se da un lato si testimonia un crescente ingresso di lavoratori extracomunitari nel mondo del lavoro (con cifre vicine al 40%), restano scoperti settori tecnici di cui si richiedono competenze specifiche.



© Foto di www.pexels.com

Cosa prevede il Decreto Legge?

Il cuore centrale della norma prevede un esonero contributivo del 100% per i nuovi assunti, con l'obiettivo di stimolare il mercato del lavoro. Tali agevolazioni potranno essere sfruttate per un anno e per ogni singola assunzione.



© Foto di www.pexels.com

Il provvedimento riconosce alle imprese del Mezzogiorno che abbiano assunto a tempo indeterminato donne (disoccupate nei 24 mesi precedenti) uno sgravio previdenziale pari a 800 euro mensili per dipendente.

Per le Regioni del Nord e del Centro lo stesso incentivo si attesta con un tetto massimo pari a 650 euro mensili per dipendente, con l'obiettivo di colmare la distanza salariale tra uomini e donne nel mondo del lavoro.

Il Decreto stimola anche l'assunzione degli under 35. In questo caso al datore di lavoro si riconosce un esonero fino a 500 euro al mese per lavoratore nelle Regioni del Nord e del Centro, mentre nel Sud può raggiungere fino a 650 euro. Vengono posti, inoltre, incentivi alle aziende del Sud laddove queste abbiano assunto più di 10 lavoratori a tempo indeterminato, consentendo un esonero contributivo pari a 650 euro per i 24 mesi successivi all'assunzione.

Il Decreto però non tutela solo le imprese, ma istituisce anche il concetto di "salario giusto" e affida alle contrattazioni sindacali il compito di individuarlo. Si impone, inoltre, il divieto di retribuzioni inferiori ai contratti collettivi, istituendo un meccanismo di monitoraggio salariale ai fini di istituire un rapporto nazionale sulle retribuzioni. La tutela, dunque, guarda attentamente anche al singolo lavoratore, per cercare di contrastare il fenomeno del precariato e degli stipendi bassi, istituendo un meccanismo di tracciamento che possa consentire al Ministero del Lavoro e il CNEL.

Si apre la strada verso nuovi stimoli del settore lavorativo con l'obiettivo di accelerare la ripresa del settore industriale e artigianale italiano, anche a fronte della crisi energetica.



Alessandro Sisti

Classe 2005 e laureando al terzo anno in Scienze Politiche, è Capo delle pubblicazioni di una rivista universitaria online. Nutre forte interesse per la res publica e tutte le dinamiche sociali a questa connesse, con uno sguardo rivolto verso l'innovazione e le sfide poste alle nuove generazioni. In questo quadro, il giornalismo rappresenta un'opportunità d'espressione di tali mutazioni.

TURISMO E IDENTITÀ TERRITORIALE

OLTRE IL SOUVENIR. IL VALORE DEL LAVORO ARTIGIANO NEL TURISMO ITALIANO

Difendere qualità e delle tradizioni locali contro la massificazione commerciale. Perché scegliere un prodotto autentico significa salvaguardare l'anima del nostro Paese, sostenere l'economia reale e promuovere un turismo consapevole

Negli ultimi anni il turismo sta cambiando e con esso anche il nostro Paese. L'Italia, da sempre meta privilegiata per i viaggiatori di tutto il mondo, vede le proprie piazze, i suoi borghi storici e le città d'arte attraversati quotidianamente da milioni di visitatori. Questo flusso inesauribile rappresenta un motore di importanza vitale per l'economia italiana, eppure, nascosta dietro questa dinamica, un occhio più attento può intravedere un processo di progressiva banalizzazione del nostro patrimonio culturale, testimoniato non solo dagli stereotipi di vita semplice e lenta che invadono i social o dalla spettacolarizzazione delle condizioni di vita disagiate altrui - ritratte come un essere felici anche con poco - ma soprattutto dall'invasione di souvenir a basso costo, prodotti in serie e totalmente privi di qualsiasi reale legame con il territorio ospitante.

Passeggiando per le vie dei nostri centri storici, da nord a sud della penisola, assistiamo inermi a un fenomeno allarmante. Molte delle vetrine di quelle che un tempo erano storiche botteghe traboccano oggi di oggetti standardizzati: magneti in plastica, finte ceramiche, gadget dozzinali e riproduzioni in miniatura dei nostri monumenti più celebri, realizzati con materiali scadenti e importati da filiere lontane. Il termine souvenir deriva dal francese e significa letteralmente "ricordare". Ma quale memoria, quale frammento di cultura italiana può mai risiedere in un oggetto stampato in migliaia di copie identiche in un altro continente? Questo modello di consumo genera una duplice ricaduta negativa. Sotto il profilo prettamente economico, sottrae risorse vitali al tessuto produttivo locale. Il denaro speso dal turista per l'acquisto di questi prodotti non arricchisce la comunità che lo ospita, ma alimenta un circuito di importazione massiva, che penalizza la manifattura nazionale. Sotto il profilo culturale e sociale, si assiste, invece, a uno svilimento della nostra identità territoriale, offrendo al turista una narrazione finta, stereotipata e superficiale della nostra storia, omologando tutto il territorio nazionale a un piatto di pasta e una pizza, senza tenere conto delle differenze territoriali e regionali.

Il souvenir di massa trasforma il viaggio in un bene di consumo usa e getta. La risposta a questo ciclo risiede nella valorizzazione dell'artigianato autentico. Quando un turista entra in una vera bottega e acquista un prodotto artigianale, non sta semplicemente effettuando una transazione commerciale, ma sta acquistando ore di lavoro, decenni di esperienza tramandata di generazione in generazione, la competenza di mani sapienti e la storia secolare di un territorio specifico.

Fortunatamente, il mercato turistico globale sta lanciando segnali incoraggianti che dobbiamo essere



© Foto di www.pexels.com

pronti a cogliere. Il viaggiatore contemporaneo sta evolvendo. Esiste una fetta sempre più ampia di turismo consapevole che cerca di evitare la massificazione e va alla disperata ricerca dell'autenticità. Non ci si accontenta più del selfie davanti al monumento, ma è sempre più forte il desiderio di immergersi nella cultura locale, comprendere i processi creativi e conoscere le persone che mantengono in vita le antiche tradizioni. È esattamente a questa platea che l'artigianato deve rivolgersi con forza, per trasformare questa consapevolezza in un reale vantaggio competitivo. È, dunque, fondamentale che gli artigiani adottino nuove strategie di accoglienza e narrazione.

Il turista contemporaneo ama le storie e i retroscena. Mostrare le fasi di lavorazione, spiegare la provenienza delle materie prime e raccontare la storia della propria impresa familiare crea un legame emotivo che nessun gadget industriale potrà mai eguagliare. Bisogna aprire le porte dei laboratori. Organizzare brevi workshop o dimostrazioni pratiche trasforma il semplice momento dell'acquisto in un'esperienza di viaggio indimenticabile, rendendo il cliente partecipe. È imperativo creare sinergie solide collaborando attivamente con guide turistiche certificate, albergatori e ristoratori locali. Con il fine di costruire percorsi di qualità che indirizzino i visitatori verso le vere botteghe artigiane.

In questa battaglia per la qualità, le Istituzioni pubbliche giocano un ruolo determinante. È necessario promuovere con certificazioni di origine chiare, tutelare i marchi storici e, soprattutto, intervenire con regolamenti urbanistici e commerciali che disincentivino l'apertura di negozi di merce scadente nei centri storici, premiando invece chi produce e vende eccellenza locale.

Dobbiamo essere fieri della nostra arte, inflessibili sugli standard di qualità e capaci di comunicare al mondo che l'Italia non è un grande parco giochi da portare a casa in formato miniatura, ma un'opera vivente che continua a vivere grazie a chi la plasma con le proprie mani.



Claudia Addeo

Classe 2004, nata a Napoli. Frequenta il corso di laurea triennale in Scienze Politiche e Relazioni Internazionali. Nutre un forte interesse per l'attualità, la politica, la cultura e il sociale, che si trasformano in grande ambizione nell'ambito giornalistico, con forte partecipazione sia in sede universitaria che fuori.

UN ESEMPIO INCISIVO DI SUPPORTO ALLE REALTÀ LOCALI

REGIONE LAZIO, APERTO BANDO DI 3 MILIONI DI EURO PER LE PMI FEMMINILI

Offrire un sostegno economico per aumentare competitività e innovazione in un'area del nostro Paese dove solo il 10% delle imprese è condotto o creato da donne. Cosa contiene il nuovo bando e come si accede?

Una nuova agevolazione economica dalla regione Lazio alle PMI femminili regionali. È questo il senso del nuovo bando di Lazio Innova diretto alle le piccole e medie imprese laziali. Al centro modernizzazione, digitalizzazione e nuovi progetti. Il sostegno finanziario mette a disposizione 3 milioni di euro ed è pensato per tre obiettivi strategici. Il primo mira a rendere le PMI femminili più competitive, soprattutto a livello europeo. Il secondo scopo è quello di rafforzare la crescita sostenibile, punto fondamentale nell'ambito dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Il terzo punto, invece, mira alla creazione di nuovi posti di lavoro, grazie agli investimenti produttivi e l'innovazione digitale.
Per capire meglio di cosa si tratta, basta andare sul sito di Lazio Innova dove sono elencate le caratteristiche di questa agevolazione finanziaria. Essa, infatti, è un contributo a fondo perduto - vale a dire un contributo che, una volta ottenuto, non deve essere restituito dal prestatario. Poi, questo supporto economico erogato dalle casse della Regione Lazio è



© Foto di www.pexels.com

riconosciuto a titolo di 'de minimis', secondo la legislazione europea del regolamento n. 2831 del 2023. Questa clausola tecnica è inserita nel bando per indicare che le imprese femminili del Lazio che faranno domanda e verranno individuate come vincitrici dell'avviso grazie ai progetti presentati potranno ricevere dei contributi finanziari pari a 100 mila euro. Questa cifra serve a sostenere due tipi di spese: spese dirette e forfettarie. Tra le prime sono



© Foto di www.pexels.com

comprese quelle dirette a beni materiali o digitali come impianti, macchinari, attrezzature o software che dovranno essere pari a 25mila euro. Qualora la fattura sia inferiore, l'accesso al bando sarà penalizzato. Tra quelle forfettarie, invece, l'avviso garantisce un riconoscimento/rimborso di un importo extra pari al 20% di quanto si è investito nelle spese dirette. Tale rimborso è stato quindi pensato per coprire i costi del personale e le spese generali (bollette, affitto, ecc.) senza che venga presentata ogni volta una singola fattura per queste voci.
Da notare bene, infine, che il contributo che le PMI femminili riceveranno non coprirà il 100% della spesa, ma una percentuale compresa tra il 50% e il 70% del totale calcolato come $(a + b)$. Infatti, l'azienda vincitrice avrà 9 mesi per concludere l'acquisto dei beni, implementare i software e presentare la rendicontazione delle spese
Per quanto riguarda invece le beneficiarie dell'avviso di Lazio Innova, potranno fare domanda tutte le PMI del Lazio, a conduzione femminile, e nello specifico tutte le lavoratrici autonome dotate di partita Iva, le imprese individuali le cui titolare sono donna, le società cooperative, di persone o gli studi associato in cui il numero di donne socie o associate rappresenti almeno il 60% dei componenti della compagine sociale. Infine, sono da considerarsi imprese femminili le società dove almeno ⅔ delle quote siano in mano a donne o dove almeno ⅔ dei membri del Consiglio di Amministrazione (o l'amministratore unico) devono essere donne.
Ogni PMI femminile potrà finanziare solo un unico progetto e avere sede operativa nel Lazio.
Le domande per i contributi si presenteranno esclusivamente online attraverso la piattaforma GeCoWEB Plus e esse potranno essere inoltrate dal 22 aprile fino al 10 giugno 2026.
In conclusione, il nuovo bando di Lazio Innova rappresenta un tassello fondamentale per la crescita dell'imprenditoria femminile, ma richiede una pianificazione precisissima. La natura competitiva della procedura e l'obbligo di anticipare investimenti significativi impongono alle imprenditrici un'attenta valutazione sulla eventuale partecipazione. Chi potrà farlo, allora, non otterrà solo un importante sostegno a fondo perduto, ma una vera e propria spinta per consolidare la propria posizione sul mercato, in linea con gli standard europei di sostenibilità e competitività.



Layla Perroni

Laureata in Storia Europea all'Università di Roma Tre, ha frequentato un Master in Giornalismo multimediale politico-economico al Sole 24ore Business School, a cui è seguito un tirocinio presso la redazione di Vatican News - RadioVaticana. La sua breve ma intensa storia professionale unisce skills della comunicazione digitale e dell'insegnamento. Il suo motto infatti è: la conoscenza è potere!

COOPERAZIONE INTERNAZIONALE
E SVILUPPO STRATEGICO

FIRMATO IL PATTO D'AZIONE TRA ITALIA E INDIA

L'accordo rappresenta un tentativo di "co-creazione di valore", mettendo in connessione i punti di forza dei due Paesi

Il nuovo Piano d'azione 2025-2029, firmato il 20 maggio dalla presidente del Consiglio Giorgia Meloni e dal primo ministro indiano Narendra Modi, rappresenta molto più di un aggiornamento delle relazioni bilaterali tra Italia e India. È il tentativo di costruire un partenariato strategico tra due economie profondamente diverse ma potenzialmente complementari, in un momento in cui gli equilibri globali stanno cambiando rapidamente sotto la spinta della competizione tecnologica, della transizione energetica e della riconfigurazione delle catene produttive internazionali.

L'obiettivo dichiarato è ambizioso: portare gli scambi commerciali tra Roma e Nuova Delhi dagli attuali quattordici miliardi di euro a venti miliardi entro il 2029. Ma il significato del piano non si misura soltanto nei numeri. Per la prima volta Italia e India definiscono una cornice politica ed economica che punta esplicitamente alla "co-creazione di valore", formula che sintetizza l'idea di un'integrazione industriale avanzata e non di una semplice relazione commerciale.

L'intenzione è mettere in connessione i punti di forza dei due sistemi economici. Da una parte il design italiano, la manifattura ad alto valore aggiunto, l'automazione industriale e le competenze tecnologiche nei supercalcolatori e nella ricerca applicata. Dall'altra la crescita economica dell'India, oggi tra le più rapide al mondo, la disponibilità di capitale umano tecnico e ingegneristico, la capacità produttiva su larga scala e un ecosistema dell'innovazione che conta oltre duecentomila startup.

Il partenariato si inserisce in una trasformazione più ampia della strategia economica globale. L'India cerca da tempo di consolidarsi come alternativa manifatturiera alla Cina e come hub tecnologico capace di attrarre investimenti occidentali. L'Italia, invece, prova a rafforzare la propria presenza nell'Indo-Pacifico, area diventata centrale per gli equilibri economici e geopolitici mondiali. Il piano d'azione può quindi essere letto anche come un tassello della strategia europea di diversificazione industriale e tecnologica.

I settori individuati come prioritari riflettono questa impostazione. Difesa e aerospazio occupano un ruolo centrale, sia per le esigenze di modernizzazione delle forze armate indiane sia per la volontà italiana di consolidare la propria industria della difesa in mercati ad alta crescita. Ma è soprattutto sul terreno dell'innovazione tecnologica che il documento mostra la sua ambizione strategica.

Nel testo firmato da Meloni e Modi si legge infatti che i prossimi decenni saranno segnati da una rivoluzione tecnologica dalla vasta portata. L'intelligenza artificiale, il calcolo quantistico, la manifattura

avanzata, i minerali critici e le infrastrutture digitali vengono indicati come i pilastri della cooperazione futura. Si tratta della costruzione di filiere comuni in settori considerati decisivi per la competitività globale.

Accanto alla tecnologia trovano spazio anche le tecnologie pulite, i componenti automobilistici, il farmaceutico, il tessile, l'agroalimentare e il turismo. Ambiti nei quali le economie dei due Paesi possono integrarsi: l'Italia esportando know-how, qualità e specializzazione produttiva; l'India offrendo scala, domanda interna e capacità di sviluppo rapido.

Un elemento particolarmente interessante del piano riguarda l'ecosistema dell'innovazione. Il rafforzamento dell'iniziativa *Innovit India* punta infatti ad avvicinare startup, università, centri di ricerca e investitori dei due Paesi. In prospettiva, la collaborazione potrebbe favorire la nascita di progetti congiunti nei campi dell'intelligenza artificiale, della cybersecurity, della robotica e della transizione energetica.

Non meno importante è la dimensione culturale e simbolica dell'accordo. L'annuncio dell'*Anno della cultura e del turismo Italia-India 2027* mira a rafforzare anche il piano delle relazioni sociali e culturali, elemento spesso decisivo per consolidare partnership economiche di lungo periodo. La diplomazia economica contemporanea non si costruisce soltanto attraverso accordi commerciali, ma anche tramite scambi culturali, mobilità accademica e cooperazione tra ecosistemi creativi.

Resta naturalmente da capire quanto delle ambizioni dichiarate riuscirà a tradursi in risultati concreti. Molti partenariati strategici internazionali finiscono infatti per scontrarsi con lentezze burocratiche, divergenze normative e difficoltà operative. Tuttavia il piano tra Italia e India arriva in un momento storico favorevole: l'Europa cerca nuovi partner industriali affidabili, mentre Nuova Delhi punta a rafforzare il proprio ruolo globale senza allinearsi rigidamente ai grandi blocchi geopolitici.

Per Roma, l'India rappresenta una delle poche grandi economie ancora in grado di garantire contemporaneamente crescita demografica, espansione della classe media e sviluppo industriale. Per Nuova Delhi, invece, l'Italia può diventare un partner tecnologico



© Foto creata con www.chatgpt.com

e manifatturiero di alto livello, capace di contribuire alla modernizzazione del sistema produttivo indiano.

Il Piano d'azione 2025-2029 sembra il tentativo di costruire un asse industriale e tecnologico tra Mediterraneo e Indo-Pacifico. Una scommessa geopolitica ed economica che potrebbe ridefinire, almeno in parte, il ruolo dell'Italia nelle nuove geografie della globalizzazione.



Alice Ceccarelli

Classe 2002, romana di Roma. Laureata in lingue, attualmente frequenta il corso di laurea magistrale in Editoria e giornalismo a La Sapienza. La contraddistinguono una spiccata curiosità e una buona dose di gentilezza, o almeno così la descriverebbe sua mamma. Il suo talento? Inventare e raccontare battute discutibilmente divertenti. Da grande vuole diventare giornalista, scoprire il mondo e raccontarlo.



PROMOZIONI COMMERCIALI E NUOVE REGOLE EUROPEE SULLA TRASPARENZA

SCONTI E PROMOZIONI SOTTO CONTROLLO DOPO LA *DIRETTIVA OMNIBUS*

Con il recepimento della Direttiva UE 2019/2161 cambiano le modalità di comunicazione di prezzi e sconti. Obblighi più stringenti per il commercio e controlli rafforzati puntano a garantire maggiore trasparenza ai consumatori, ma aumentano anche gli adempimenti per le imprese

© Foto creata con www.chatgpt.com

Negli ultimi anni il tema della trasparenza nelle pratiche commerciali è diventato centrale nelle politiche europee di tutela dei consumatori. In questo quadro si inserisce la Direttiva UE 2019/2161, nota come "Direttiva Omnibus", recepita in Italia con il Decreto Legislativo n. 26 del 7 marzo 2023, che ha modificato diverse disposizioni del Codice del Consumo introducendo nuove regole in materia di prezzi, promozioni e comunicazione commerciale.

La normativa nasce con l'obiettivo di contrastare pratiche ritenute scorrette o ingannevoli, soprattutto nel settore delle vendite promozionali. In particolare, il legislatore europeo ha voluto intervenire sul fenomeno dei cosiddetti "falsi sconti", imponendo maggiore chiarezza nella comunicazione delle riduzioni di prezzo rivolte ai consumatori.

La principale novità per il settore commercio riguarda infatti l'obbligo, in caso di annuncio di una riduzione di prezzo, di indicare anche il prezzo più basso applicato nei trenta giorni precedenti all'avvio della promozione.

La disposizione si applica sia ai negozi fisici sia al commercio online e coinvolge cartellonistica, etichette, volantini, siti internet e ogni forma di comunicazione commerciale relativa agli sconti.

Dal punto di vista operativo, la norma impone agli esercenti una gestione più attenta delle politiche promozionali e della documentazione relativa ai prezzi praticati. Ogni riduzione deve poter essere dimostrata e ricostruita, anche in caso di controlli successivi. Diventa quindi fondamentale monitorare correttamente l'andamento dei prezzi e conserva-

re dati coerenti con le comunicazioni rivolte al pubblico.



© Foto creata con www.chatgpt.com

Il rafforzamento della disciplina si accompagna inoltre a maggiori poteri di vigilanza attribuiti all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. L'Antitrust può intervenire in presenza di pratiche commerciali scorrette o comunicazioni ritenute ingannevoli, con la possibilità di applicare sanzioni anche particolarmente rilevanti nei confronti delle imprese che non rispettano gli obblighi previsti.

Per il commercio, soprattutto per le micro e piccole attività, le nuove disposizioni comportano criticità non trascurabili.

Molti esercenti si trovano infatti a dover aggiornare sistemi gestionali, procedure interne e modalità di esposizione dei prezzi, con costi organizzativi che si aggiungono alle difficoltà già legate al contesto economico attuale. Anche attività promozionali tradizionalmente semplici, come saldi, offerte stagionali o campagne temporanee, richiedono oggi una maggiore attenzione sotto il profilo normativo.

Un ulteriore elemento di complessità riguarda l'interpretazione pratica delle disposizioni, soprattutto nei casi di promozioni progressive, campagne multiple o riduzioni applicate a categorie di prodotti differenti. In assenza di indicazioni operative sempre uniformi, il rischio per gli operatori è quello di incorrere involontariamente in irregolarità formali.

La normativa riflette un orientamento europeo volto a garantire una maggiore tutela del consumatore attraverso obblighi di trasparenza e correttezza informativa. Tuttavia, il punto di equilibrio tra protezione del consumatore e sostenibilità degli adempimenti per le imprese resta un tema aperto, soprattutto per il commercio di prossimità.

Per CILA, garantire chiarezza e correttezza nelle pratiche commerciali rappresenta un obiettivo condivisibile. Allo stesso tempo, però, è necessario evitare che l'aumento degli obblighi burocratici e dei rischi sanzionatori finisca per gravare in modo sproporzionato sulle piccole imprese del commercio.

La trasparenza deve essere accompagnata da regole applicabili, semplificazioni operative e strumenti di supporto che consentano agli esercenti di adeguarsi senza ulteriori aggravi gestionali ed economici.



Silvia Parente

Laureata in Scienze Internazionali e Diplomatiche con lode presso l'Università di Siena. Si occupa di analisi delle politiche europee, diritti umani e relazioni internazionali, con particolare attenzione ai temi delle migrazioni e della tutela dei diritti fondamentali. Ha esperienza in ambito universitario, editoriale e formativo e lavora come insegnante di lingua inglese.

CONTRATTAZIONE E RELAZIONI INDUSTRIALI

RINNOVATO IL CONTRATTO DEGLI OPERAI AGRICOLI: AUMENTI SALARIALI, WELFARE E CONTRASTO ALLA CARENZA DI MANODOPERA

Siglata l'ipotesi di accordo per il quadriennio 2026-2029 che interessa oltre un milione di lavoratori e circa 170 mila imprese. Incrementi retributivi del 5,1% in due tranche e nuove misure per favorire stabilità occupazionale, inclusione sociale e competitività del settore

La nuova legge regionale approvata dall'Emilia-Romagna nasce in un momento in cui l'agricoltura chiede soprattutto una cosa: condizioni per continuare a produrre reddito. Negli ultimi anni le imprese si sono trovate strette tra costi crescenti, eventi climatici estremi, oscillazioni dei mercati, fitopatie sempre più aggressive e una pressione normativa che spesso scarica sugli imprenditori oneri amministrativi difficili da sostenere.

In questo quadro, lo stanziamento di oltre 12 milioni di euro nel triennio rappresenta senza dubbio un segnale politico rilevante: la volontà di riconoscere il ruolo economico e territoriale del settore primario e di accompagnarlo in una fase complessa.

Il punto, tuttavia, è capire se le risorse previste sapranno trasformarsi in strumenti realmente efficaci per chi ogni giorno lavora in campo, in stalla o lungo le filiere agroalimentari.

La norma interviene su più fronti e questa impostazione è condivisibile. Sostenere l'innovazione tecnica, favorire l'impiego di materiale certificato, incentivare la qualità e rafforzare l'assistenza tecnica significa agire su leve concrete della competitività. Oggi il mercato premia sempre di più chi garantisce standard elevati, tracciabilità, continuità produttiva e capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti. In molte filiere regionali, dalla frutticoltura ai seminativi specializzati, fino alle produzioni Dop e Igp, il differenziale non si gioca più soltanto sulle quantità, ma sulla capacità di produrre meglio e vendere meglio.

Per questo ogni misura che sostiene innovazione e organizzazione aziendale va nella direzione giusta.

Positivo anche il richiamo alla difesa fitosanitaria e al contrasto agli organismi nocivi. È un tema meno visibile nel dibattito pubblico, ma decisivo per il reddito delle aziende. Quando una coltura perde produttività o qualità per effetto di parassiti e malattie, il danno economico è immediato e spesso si prolunga negli anni. Servono quindi ricerca applicata, trasferimento delle conoscenze e rapidità operativa, non solo contributi finanziari.

Merita attenzione anche il capitolo dedicato all'apicoltura. Non si tratta di un settore marginale né



CCNL OPERAI AGRICOLI E FLOROVIVAISTI 2026-2029



Più tutele, salari più forti, lavoro di qualità per un'agricoltura che cresce

SIGLATA L'IPOTESI DI RINNOVO DEL CONTRATTO COLLETTIVO NAZIONALE DI LAVORO PER OLTRE 1 MILIONE DI LAVORATORI E CIRCA 170 MILA IMPRESE

CHI RIGUARDA

Oltre
1 MILIONE
di lavoratrici
e lavoratori

Circa
170 MILA
imprese agricole
su tutto il territorio
nazionale

DURATA

QUADRIENNIO 2026-2029

Decorrenza economica
dal **1° giugno 2026**

AUMENTI RETRIBUTIVI

Incremento salariale complessivo del **5,1%** per il biennio 2026-2027

1. Prima tranche **dal 1° giugno 2026** **+3,4%**
2. Seconda tranche **dal 1° gennaio 2027** **+1,7%**

Previsto l'adeguamento dei minimi nazionali di area delle tabelle contrattuali

VERIFICA CONTRATTUALE

A **settembre 2027** le parti si incontreranno per confrontare l'andamento dell'inflazione reale con gli aumenti riconosciuti e valutare eventuali interventi correttivi.

ACCORDO RESPONSABILE

Un rinnovo che coniuga sostenibilità economica delle imprese, tutela del potere d'acquisto dei salari e qualità del lavoro.

LE PRINCIPALI NOVITÀ

OCCUPAZIONE E STABILITÀ

- Valorizzazione della continuità professionale dei lavoratori a tempo determinato
- Possibilità di contratti di durata triennale per favorire stabilità e fidelizzazione

WELFARE E INCLUSIONE

- Misure dedicate a lavoratori migranti e persone con gravi patologie
- Conciliazione vita-lavoro e sostegno alle responsabilità familiari
- Rafforzate tutele per genitorialità
- Misure specifiche per donne vittime di violenza di genere

BILATERALITÀ E LEGALITÀ

- Rafforzamento degli enti bilaterali e degli organismi territoriali
- Maggiori strumenti per la prevenzione del lavoro irregolare
- Contrasto al caporalato e allo sfruttamento del lavoro

FORMAZIONE E COMPETENZE

- Promozione di percorsi formativi per accrescere competenze e professionalità
- Sostegno all'innovazione e alla qualità del lavoro in agricoltura

SALUTE E SICUREZZA

- Confermato l'impegno per migliorare salute e sicurezza nei luoghi di lavoro
- Azioni di prevenzione e formazione continua

PERCHÉ È IMPORTANTE

Il settore agricolo affronta sfide complesse: costi di produzione in aumento, cambiamenti climatici, reperimento di manodopera, competizione globale.

Questo rinnovo contrattuale rappresenta un passo concreto per costruire un'agricoltura più competitiva, sostenibile e attenta alle persone.

Per lavoratori
più tutele, salari migliori, diritti rafforzati

Per imprese
maggiore stabilità, legalità e competitività

Per il settore agricolo
crescita sostenibile e di qualità



© Foto creata con www.chatgpt.com

di una voce accessoria inserita per ragioni ambientali. Le api incidono direttamente sulla produttività agricola attraverso l'impollinazione e rappresentano un indicatore sensibile dello stato degli ecosistemi rurali.

Investire sulla tutela dell'ape italiana e sul sostegno agli apicoltori significa rafforzare una componente strategica dell'agricoltura regionale, oltre che un presidio diffuso del territorio. Fin qui gli elementi positivi. Ma una lettura realistica impone di osservare anche ciò che la legge, da sola, non può risolvere.

Il primo nodo è quello attuativo. Le imprese agricole conoscono bene la distanza che spesso separa gli annunci dai risultati. Tra uno stanziamento e un beneficio concreto esistono passaggi tecnici, bandi, graduatorie, istruttorie e liquidazioni che possono allungarsi oltre misura. Se i tempi diventano incompatibili con i cicli produttivi, anche una buona misura perde gran parte della propria utilità. La semplificazione amministrativa, più che un principio astratto, è oggi una necessità economica.

Un secondo nodo riguarda la dimensione delle risorse. Dodici milioni in tre anni sono un intervento apprezzabile, ma vanno rapportati alla vastità e alla complessità del sistema agricolo emiliano-romagnolo. In una regione ad alta intensità produttiva, con filiere avanzate e fabbisogni elevati, nessuno può pensare che il solo sostegno pubblico compensi criticità strutturali ormai croniche. Il costo dell'energia, la gestione dell'acqua, il contenimento della fauna selvatica, l'accesso al credito, il ricambio generazionale e la tutela del suolo agricolo restano dossier aperti. Ed è proprio su questi temi che nei prossimi anni si misurerà la tenuta del comparto.

La nuova legge, dunque, va considerata per ciò che è: un passo utile, non una soluzione definitiva. Offre strumenti interessanti e indica una direzione condivisibile, ma sarà giudicata dai risultati più che dalle intenzioni. Per gli agricoltori conteranno meno i titoli e molto di più la possibilità di vedere investimenti realizzati, costi alleggeriti, procedure snelle e redditività recuperata. In agricoltura, come sempre, la differenza tra una buona norma e una norma efficace si misura sul campo.



Alessio Celletti

Classe 1989. Laureato in Beni Culturali, consegue poi la qualifica professionale in Redazione editoriale. Dopo aver lavorato come Addetto ufficio stampa presso una casa editrice romana, ha curato e gestito la comunicazione di diverse aziende. Attualmente collabora come copywriter con un'agenzia di comunicazione.

CILA

Confederazione Italiana Lavoratori Artigiani

www.cilanazionale.org

SERVIZI PER LE IMPRESE

Consulenza
Notarile - Legale - Fiscale - del Lavoro e Finanziaria
Contabilità
Elaborazione buste paga
Dichiarazione dei Redditi
ISA ❑ IRAP
Pratiche INPS - INAIL - CCIAA - SUAP

SERVIZI PER IL CITTADINO

- Modello 730
- Redditi persone fisiche
- IMU ❑ ISEE
- Reddito di Cittadinanza
- Assegno unico ❑ Carta acquisti
- Bonus ❑ RED-ICLAV-ICRIC
- Gestione contratti Colf-Badante
- Buste paga ❑ Invalidità
- Registrazione Contratti in Locazione
- Pensione ❑ Legge 104
- Disoccupazione "NASPI"
- Maternità - Congedo parentale
- Successioni - Donazioni
- Pratiche Rilascio-Rinnovo permesso di soggiorno e ex Carta di soggiorno
- Pratiche di cittadinanza
- Ricongiungimento familiare
- Sanatoria ❑ Flussi
- Domanda Casa popolare
- Borse di Studio
- Iscrizione Scuola
- Domanda agevolazione mensa

Via Sant'Agata de' Goti, 4 - 00184 Roma
Tel. 0669923330 - 066797812 - Fax 066797661

UN'INNOVATIVA TECNOLOGIA CONTRO GLI SPRECHI IN AGRICOLTURA CHE PUÒ AVERE UN IMPATTO AMBIENTALE ENORME, MA ANCHE ECONOMICAMENTE SIGNIFICATIVO

NANO CAPSULE PLANT RESPONSIVE, L'INVENZIONE CHE PUÒ RIVOLUZIONARE L'INPUT AGRARIO

Altered Materials è la start up deep tech che ha inventato nano capsule biocompatibili a lento rilascio di agrochimici, premiata lo scorso aprile a Venezia da Unioncamere. L'intervista al CEO Marco Illich

INTERVISTA PARTE I



© Altered Materials

Marco Illich, CEO e Co-founder di Altered Materials .

Si chiama *Altered Materials* ed ha vinto ad aprile a Venezia il Premio *Impresa Ambiente*, promosso dalla Camera di commercio di Venezia e Rodrigo e Unioncamere. È una start up incubata nel politecnico di Torino e fondata da quattro ricercatori under 35: Marco Illich, Carlo Amata, Silvia Fraterrigo Garofalo e Morena Rolando.
La tecnologia sviluppata dalla start up promette di affrontare un problema che "non si è più disposti ad accettare": la dispersione in ambiente dei nutrienti e fertilizzanti messi in campo, prima ancora che questi vengano assorbiti dalla pianta. Uno spreco pari a oltre il 50% del totale, per una perdita di 10-15 milioni di tonnellate in Europa ogni anno, secondo quanto riportato dagli stessi fondatori.

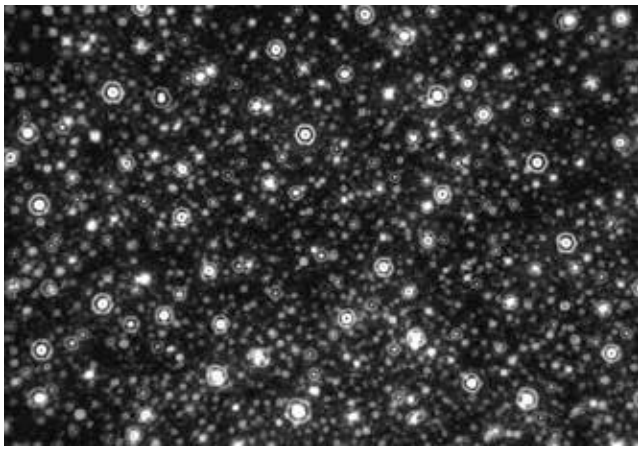
Marco, partendo dal tuo *background* professionale, come nasce Altered Materials?

Io sono un ingegnere gestionale, ho fatto il Politecnico di Torino e ho lavorato come Project Management Officer in consulenza nel corso dell'ultimo anno di Laurea Magistrale. Poi ho capito che non era ciò che volevo e sono tornato in Università a fare ricerca.

A quel punto ho rifiutato un po' di dottorati: volevo restare in Politecnico perché mi sono reso conto che dentro le Università si trova davvero tanta tecnologia interessante e innovativa, che può avere un impatto enorme, ma che purtroppo rimane sempre chiusa dentro le mura di un laboratorio. È stato proprio in quel momento che ha avuto origine questa mia voglia di fare imprenditoria, di fare trasferimento tecnologico e farlo bene, cioè farlo funzionare.

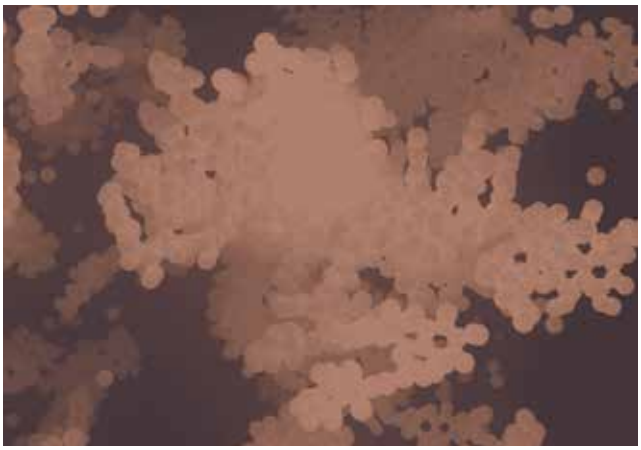
Come nasce l'idea e di conseguenza lo sviluppo delle "nano capsule biodegradabili"?

In realtà è stato un percorso. L'idea tecnologica è stata il punto di approdo di un processo di sviluppo rispetto a quello che facevamo in laboratorio io e Car-



© Altered Materials

Liquido contenente le microcapsule



Le microcapsule Plant Responsive

lo. Eravamo un gruppo di ricercatori e lavoravamo sui biopolimeri in sostituzione all'uso delle plastiche. Per i primi sei mesi abbiamo lavorato io e Carlo e un altro ricercatore che poi è andato via. Successivamente sono arrivate Silvia e Morena, le altre co-founder.
Dal concetto di biopolimero, siamo arrivati all'opportunità di sfruttare questi materiali per creare "contenitori" e quindi capsule, sempre più piccole, fino a raggiungere la dimensione che va dai 50 ai 200 nanometri, una grandezza cento volte più piccola di quella di un capello. Considera che in un millilitro di prodotto ci sono 8 miliardi di nanocapsule, questo vuol dire che ci sono più nanocapsule in un litro di prodotto che stelle in una galassia.

Come funziona la tecnologia Plant Responsive?

Abbiamo sviluppato un meccanismo di rilascio della capsula che cambia il paradigma degli input in campo agricolo. E questo processo noi lo abbiamo chiamato Plant Responsive.
Cioè è la pianta che attiva il rilascio dell'agente e lo modula. Come? Abbiamo reso sensibile la capsula a specifici segnali chimici che la pianta emette. Questa, infatti, per sopravvivere, instaura delle relazioni simbiotiche con la sua area circostante. Se è stata attaccata da un agente, se ha intorno a sé batteri o funghi ed ha quindi bisogno di nutrimento, riesce a comunicarlo attraverso dei segnali chimici. Noi, con la nostra tecnologia, siamo riusciti ad intercettare questi segnali. Questo è il principio alla base del funzionamento.
Ciò che si verifica è che la capsula si apre all'intensificarsi di queste modificazioni chimiche. Abbiamo sincronizzato il picco di rilascio della capsula con il momento di maggior fabbisogno della pianta, che normalmente coincide anche con il momento di maggior disponibilità ad assorbire.

La tecnologia Plant Responsive è ciò che più vi differenzia da tutte le altre soluzioni già presenti oggi sul mercato.

Sì, in realtà noi ci differenziamo per due motivi. In primo luogo, per i sistemi di incapsulamento che oggi sul mercato sono per la maggior parte fatti di materiali plastici non biodegradabili e che quindi rilasciano microplastiche nel terreno.
E in secondo luogo, per i trigger di rilascio, ossia ciò che attiva il rilascio dei principi attivi. Le altre tecnologie presenti nel mercato si attivano in base a variabili abiotiche, cioè temperatura, umidità e pH. Però non sono variabili di cui noi abbiamo il controllo, soprattutto in un sistema climaticamente alterato.
Con la nostra tecnologia abbiamo cercato di fare questo: offrire l'opportunità alla pianta di essere rimessa al centro dell'attività agronomica. La pianta, invece di subire la dose chimica, è in grado modularla e riceverla a seconda delle sue esigenze.



Sara Borraccino

Nata a Taranto sul finire degli anni '80, ha trascorso la sua infanzia in un piccolo appartamento vista *Ilva*. Tuttavia, è Roma la città che la conosce meglio. Qui, tra batti e ribatti, ci vive da quindici anni. Formata in lingue e giornalismo, ha collaborato come responsabile dei contenuti digitali per alcuni Senatori della Repubblica. Ora, è consulente comunicazione per aziende e organizzazioni culturali. Scrive perché è il suo modo di sentirsi compiuta. Tratti caratteriali ancora in fase di definizione.

L'INTERVISTA A MARCO ILLICH,
CEO E CO-FOUNDER DI ALTERED MATERIALS

QUALE DESTINO PER UN START UP AGRITECH IN ITALIA?

"Siamo una start up deep tech, vogliamo portare sul mercato immediatamente la nostra tecnologia, anche se non è perfetta. Il lancio del prodotto incapsulato è previsto per aprile 2027. Anche in Europa"

INTERVISTA PARTE II

Articolo di **Sara Borraccino**

La tecnologia delle nano capsule biodegradabili *Plant Responsive*, ideata da Altered Materials, promette di ribaltare il paradigma dell'applicazione degli agrochimici nei terreni agricoli. Il motore della scoperta è stato la ricerca di una soluzione contro gli sprechi e a favore dell'ambiente.
Uno dei principali problemi dei fertilizzanti agricoli, infatti, è il rilascio di azoto nell'ambiente, con delle implicazioni nell'ecosistema imponenti. Secondo una stima dei ricercatori, la quota annuale di azoto che finisce *off target* equivale a 300mila tonnellate.

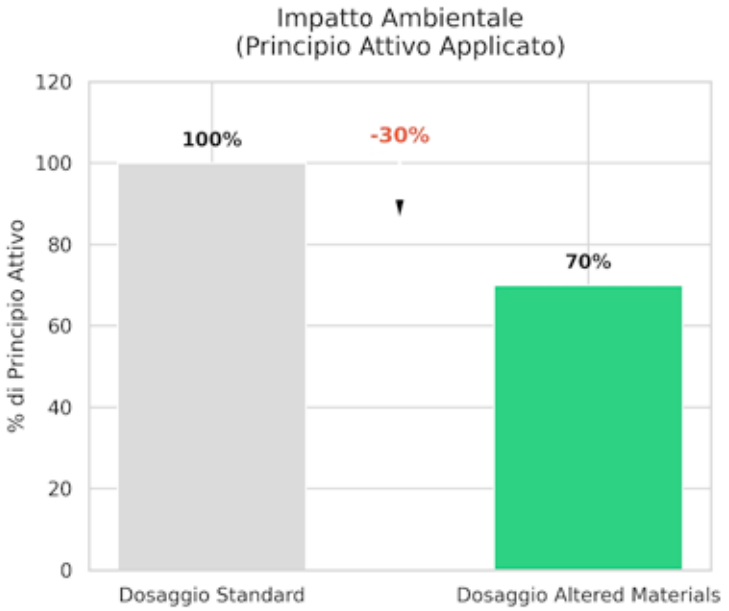
QrCode Linkedin start up Altered Materials

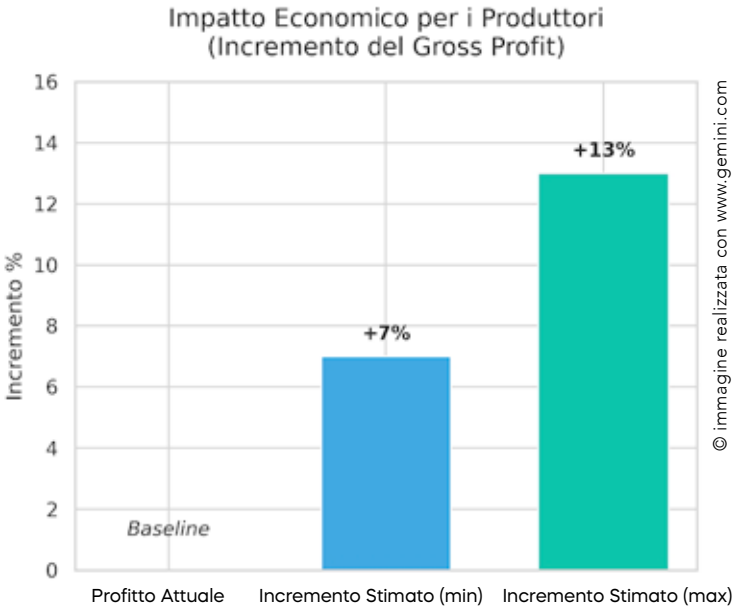
Marco, come è stato ricevere il premio Start Up Innovativa nell'ambito dello sviluppo eco-sostenibile, da parte di Unioncamere?

Il Premio Impresa Ambiente è stato un bel momento: siamo stati nel prestigioso Teatro La Fenice e abbiamo anche conosciuto imprenditori di lunga esperienza. Non si è trattato solo di un riconoscimento molto importante, che ci ha dato ovviamente anche una certa esposizione mediatica, ma è stato anche un checkpoint per noi.
Io, personalmente, sto cercando sempre di più di parlare con altri imprenditori perché penso che il punto di vista al di fuori della propria narrativa sia fondamentale per capire se si sta facendo le cose bene o se si sta andando fuori strada. Abbiamo tanto da imparare.

E ora quali sono i prossimi passi per Altered Materials?

Ora il prossimo passo è quello di arrivare a un lancio prodotto incapsulato alla fine del primo quadrimestre del 2027. Questo vuol dire portare a terra un processo di produzione pilota, assumere un paio di persone e cominciare a dare una struttura che sia proiettata al mercato.
Siamo una start up deep tech, vogliamo portare sul mercato immediatamente la nostra tecnologia, anche se non è perfetta. Sappiamo che per poter creare impatto fin da subito è necessario accettare un compromesso tecnico ed economico.
Gli altri due obiettivi sono quelli di continuare a crescere come network di ricerca e sviluppo e di guardare subito fuori all'Italia. Vogliamo rimanere qui, ma





© immagine realizzata con www.gemini.com

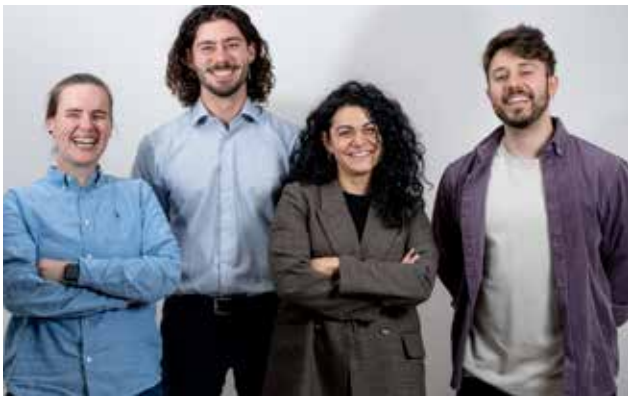
pensare anche su scala europea. Abbiamo già delle pending application per dei programmi comunitari. Credo sia molto importante, altrimenti rischiamo di trovarci chiusi, come dalle montagne qui a Torino.

Pensi che il mercato europeo sarà più pronto di quello italiano ad accogliere questo prodotto?

In generale io non parlerei di prontezza, parlerei di reattività. Il mercato italiano è interessante e non va demonizzato a priori: ci sono numeri e realtà importanti e le cose si fanno anche rispettando dei parametri qualitativi stringenti. Quello che manca un po' è la cultura aziendale ad accogliere innovazione da parte delle startup. È anche una responsabilità per noi che facciamo innovazione. In Europa invece il sistema è già più maturo, i processi sono più snelli e dinamici.

A cosa pensi sia dovuta questa differenza?

Quando si approccia l'innovazione, ci sono una serie di incertezze. Noi siamo stati super fortunati. Con fondazione Agrion, che si occupa di ricerca agronomica in Piemonte, abbiamo avuto la possibilità di sperimentare il nostro incapsulato in campo. Ci hanno messo a disposizione campi sperimentali e personale specializzato; è stata una collaborazione meravigliosa. Ma per una start up che fa innovazione non è sempre così. Non sempre riesci a trovare realtà che ti permettono di provare e sbagliare. In altri Paesi, questa pratica è più "normale": prendere una start up e farle fare un Proof of Concept (POC), che magari alla fine può anche non piacere.
In questo Paese c'è tanto valore ma è inespresso, bisogna imparare a cercarlo e soprattutto capire come gestire la burocrazia.



© Altered Materials

Team: Co-founder di Altered Materials. Da sinistra verso destra Morena Rolando, Marco Illich, Silvia Fraterrigo Garofalo, Carlo Amata

L'incapsulato, oltre ad un impatto ambientale, comporterà un beneficio economico?

L'impatto ambientale sarà enorme, ma anche quello economico sarà di grande rilievo.
Oggi riusciamo a mettere il 30% in meno di principio attivo nelle dosi applicate, a parità di resa agricola. Abbiamo stimato, tramite le nostre collaborazioni industriali, un incremento per i produttori agrochimici dal 7 al 13% di cross profit.

Cos'è che ti rende più orgoglioso del vostro percorso?

Riuscire a creare un prodotto uniforme, stabile, con questa reattività nei confronti della pianta, ci ha riempito di orgoglio ed entusiasmo. Ma al di là del risultato, ciò che mi rende più orgoglioso è che siamo venuti fuori un po' dal basso: siamo uno dei pochi progetti imprenditoriali accademici in Italia che nasce da un incontro spontaneo di ricercatori. Inoltre, saremo la prima spin off congiunta tra il Politecnico di Torino e quello di Milano.



© Foto di www.gemini.google.com

LA PROPOSTA NAZIONALE DI UN MARCHIO ETICO
A SOSTEGNO DI ZOOTECNIA E BIODIVERSITÀ

"SALVIAMO IL LUPO, E IL LUPO CI SALVERÀ"

Un documento programmatico per disinnescare il conflitto storico tra tutela del lupo e preservazione delle attività pastorali. Il modello introdurrebbe un sistema di finanziamento basato sul consumo responsabile

Articolo di **Sara Borraccino**

"Safe wolf, and wolf safe us" (salviamo il lupo, e il lupo ci salverà) è il nome dell'iniziativa nazionale a tutela del Canis Lupus Italicus, promossa dai fondatori del progetto ambientale "Il lupo figlio di un Dio minore".

La proposta, presentata lo scorso maggio al Mise e al Masaf con un documento programmatico, prevede l'introduzione di un marchio di certificazione ecologica, a tutela della biodiversità e a salvaguardia del comparto zootecnico.

L'apposizione del bollino "Safe Wolf" sui prodotti agroalimentari dei produttori che promuovono pratiche etiche di salvaguardia dei lupi, incentiverebbe il consumo responsabile. Con un piccolo sovrapprezzo, infatti, si finanzierebbe un fondo a sostegno delle aziende zootecniche (sia estensive



© Foto di www.gemini.google.com

che intensive) più virtuose; in particolare, questo strumento interverebbe a sussidio delle grandi criticità sanitarie ed epidemiche e per sopperire alle lungaggini burocratiche per gli indennizzi di queste ultime.

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di trasformare la tutela del lupo in uno strumento concreto di sostegno economico agli allevatori e alla sicurezza sanitaria, trasformando la sostenibilità ecologica in un motore economico concreto e immediato.

Per garantire la massima trasparenza e tracciabilità, i flussi finanziari confluirebbero in un Fondo di Dotazione Vincolato gestito da un Ente del Terzo Settore (destinato all'iscrizione al RUNTS) e sottoposto alla vigilanza di un Comitato Tecnico Paritetico aperto alla partecipazione delle istituzioni competenti.

Nelle intenzioni dei promotori, il bollino "Safe Wolf", partendo dalla tutela della biodiversità e della coesistenza non letale con il lupo italiano, potrà essere esteso a tutti i grandi predatori.

La vera novità strategica della proposta è l'integrazione del tessuto industriale extra-filiera. Il documento ipotizza il coinvolgimento di grandi aziende del settore bancario, tecnologico, assicurativo o della moda. Queste, potrebbero sostenere il progetto attraverso operazioni di Cause-Related Marketing o erogazioni liberali.

In questo modo, rispondendo direttamente ai requisiti dei criteri ESG (Environment, Social, Governance) e agli obblighi della Direttiva UE CSRD sui Bilanci di Sostenibilità, le imprese potrebbero investire i propri capitali per proteggere la fauna selvatica e mettere in sicurezza le filiere alimentari, beneficiando delle deduzioni fiscali previste dal Codice del Terzo Settore e senza attingere ai fondi del comparto agricolo.

La proposta ora punta all'avvio di un tavolo tecnico per definire un progetto pilota sperimentale della durata di un anno. L'idea è coinvolgere inizialmente una rete di allevamenti e aziende agricole in un'area individuata insieme agli enti competenti, attirando parallelamente i primi sponsor privati interessati alla rendicontazione di impatto ambientale e sociale.

"Gli allevatori e il territorio non possono continuare a subire il peso burocratico ed economico delle criticità ecologiche e sanitarie. Con questa proposta formale vogliamo dimostrare che la transizione ecologica può e deve trasformarsi in un valore tangibile, capace di difendere la redditività delle aziende agricole, bloccare lo spettro delle epidemie e proteggere la natura. Il principio guida che muove la nostra azione è chiaro: 'Safe wolf, and wolf safe us' – Se salvi il lupo, il lupo salva te. Chiediamo alle istituzioni di superare le lungaggini ordinarie e di risponderci con la concretezza che il mondo rurale attende da tempo." è il comunicato della piattaforma "Il lupo figlio di un Dio minore".

L'ABF è, e deve rimanere, un importante riferimento a tutela dei diritti di consumatori e imprese. Presso la C.I.L.A. gli interessati potranno trovare un team di consulenti specializzati sulle materie finanziarie che esamineranno tutta la documentazione e, sussistendone valide ragioni per l'accoglimento, potranno predisporre e presentare il relativo ricorso all'Arbitro bancario.

Antonino Gasparo

Presidente Cila

C I L A

Art&Igianato Impresa

Sede centrale:
Via Sant'Agata dei Goti, 4 • 00184 Roma
Tel. 06.69923330 • 06. 6797812 • Fax: 06.6797661

redazionecila@gmail.com • consulenza@cilanazionale.org
comunicazione@cilanazionale.org

www.cilanazionale.org • www.alaroma.it
www.uils.it • www.ispanazionale.org
www.consorziocase.com

CILA Nazionale Artigianato&Impresa
@CILA_Nazionale Cila Nazionale
Cila Nazionale