

EVENTI Dal Primo Summit dei Numeri Uno di Class Editori è emerso il quadro di un Paese che deve saper cogliere le opportunità incredibili che vengono dai prodotti innovativi. Perché ne ha le capacità. Ecco il manifesto in 10 punti per la rinascita

Produciamo il futuro

di **Marco Capisani**
e **Marcello Bussi**

Un manifesto in 10 punti che rappresentano la guida per il rilancio definitivo di un Paese

che ha enormi potenzialità solo in parte espresse. Si va dalla necessità di valorizzare le risorse paesaggistiche uniche al mondo, allo sviluppo di digitale, big data e intelligenza artificiale per difendere il posto di secondo Paese manifatturiero d'Europa. E poi la scoperta del Terzo settore come bacino di nuovi potenziali posti di lavoro; l'implementazione della tecnologia a servizio dell'export in cui l'Italia è ai vertici; un piano organico per scienza della vita, food e agritech; la lotta alla distruzione di ricchezza generata da una finanza malata e un nuovo patto sociale per la restituzione alla società di una parte della ricchezza; la determinazione nel creare una vera Europa federale; il fermo no al rigorismo tedesco ma in cambio di un taglio secco del debito pubblico; una riforma che riduca i costi della produzione e di avviamento di nuove imprese; un collegamento reale tra scuola, università e mondo dell'impresa.

Il Manifesto è la sintesi del Primo Summit dei Numeri Uno d'Italia, organizzato da Class Editori in occasione del 35esimo anniversario del suo mensile *Capital*. L'incontro tra i principali imprenditori del made in Italy, moderato da Enrico Mentana e dal direttore di Class Cnbc Andrea Cabrini, si è svolto lunedì 8 febbraio al Pirelli HangarBicocca, all'interno dell'Agorà ideata e realizzata dall'architetto Italo Rota. Grazie alla formula del laboratorio, dal titolo *#AngarBicocca. Produciamo il futuro*, imprenditori e manager in cinque ore di dibattito costruttivo hanno provato a rispondere, grazie allo scambio di idee e di

conoscenze, alle domande più urgenti. Da quale sarà il ruolo dell'Italia negli scenari mondiali futuri a quali settori economici saranno più rilevanti.

Ne è emerso che il made in Italy può contare sull'industria della cultura e dell'arte, ma questa primazia non basta. Perché deve mettere a sistema tutte le sue eccellenze, dal design al saper vivere, e poi colmare le lacune che ha in campo scientifico, per esempio formando i giovani su big data e data science. Il made in Italy ha una base solida nelle imprese piccole e medie, ma anche questo non basta. Piccolo è bello ma il piccolo deve crescere perché il mondo è grande. Insomma, i brand tricolore devono aprirsi al mondo, affrontando la competizione globale e recuperando il tempo perduto.

Secondo i partecipanti al laboratorio, che hanno firmato il Manifesto, l'Italia (e non solo) vive una quarta rivoluzione industriale grazie alla quale si aprono opportunità incredibili sulle nuove modalità per distribuire prodotti innovativi. La Penisola può diventare un grande produttore di benessere nel mondo mettendo a sistema ogni peculiarità del suo artigianato e delle sue botteghe, quindi non solo moda ma anche design, nutrizione, arte, cultura, tecnologia per la salute. «Un nuovo Rinascimento italiano è possibile conciliando la visione digitale, aperta e globale con lo stile, la qualità e la tradizione tricolore», ha detto l'ad di Technogym, Nerio Alessandri, anche perché dietro l'angolo c'è già il passo successivo dell'evoluzione internetiana: l'intelligenza artificiale.

«Se l'Italia ha dunque potenzialità da esprimere ed esportare», come sostenuto da Luca Cordero di Montezemolo, presidente Alitalia, «queste

qualità bisogna promuoverle», ha sottolineato Marco Tronchetti Provera, ceo e vicepresidente esecutivo di Pirelli. Per larga parte dei manager e imprenditori che hanno partecipato alla kermesse il 2016 «sarà un anno

(continua a pag. 26)

(segue da pag. 24)

di crescita, a meno di peggioramenti dello scenario internazionale, e il rilancio dell'Europa non dev'essere più a macchia di leopardo».

In Italia, in particolare, occorre smetterla con le beghe da cortile su riforme che altrove sono state fatte e viste positivamente. D'altronde «l'Italia è un Paese di cose che da 30-40 anni, a parte piccole parentesi positive, non sono state fatte», ha sintetizzato il pensiero dei più Diego Della Valle, patron di Tod's, a margine dei lavori. «Occorre essere molto realisti e dire chi siamo e dove siamo. Quello che non è stato fatto è evidente, quello che si dovrà fare nei prossimi anni altrettanto». L'Italia deve «lavorare molto per recuperare il tempo perduto. Servono voglia di rischiare e di investire, nonché di accettare la competizione globale», ha affermato dopo l'evento l'ad di Unipol, Carlo Cimbri. «La storia del Paese va costruita giorno dopo giorno, credendo in noi stessi e accettando di giocare le sfide che si presentano». Mentre Patrizio Bertelli, ad di Prada, ha sottolineato la necessità di una nuova fiscalità che incoraggi le aziende a continuare a operare in Italia. Se poi si allarga la visuale oltreconfine, «la situazione è così difficile che dare una singola interpretazione è presuntuoso», ha dichiarato il dg di Intesa Sanpaolo, Gaetano Miccichè. Va considerato l'andamento del prezzo del petrolio ma anche la questione immigrazione. In sostanza se è vero che diverse situazioni contribuiscono all'instabilità globale è altrettanto vero «che bisogna mantenere la calma per superare la tempesta che sta investendo i mercati»,

ha specificato Miccichè.

Meglio allora concentrare le energie iniziando con l'eliminare quel disallineamento tra formazione dei giovani e richieste delle aziende. «Big data e data science, ossia la capacità di analizzare grandi flussi di numeri per coglierne nuove informazioni, sono buchi nella formazione dei giovani italiani. Invece si tratta di materie che potrebbero generare anche nuovi posti di lavoro», ha sottolineato il presidente di Telecom, Giuseppe Recchi.

Di certo oggi il digitale è una grandissima trasformazione in atto e tutti esprimono un potenziale del Paese ma poi s'incontrano spesso difficoltà. «Bisogna dunque capire a chi compete la creazione di questo business environment favorevole», ha concluso Recchi. Proprio ai giovani è dedicato per esempio il programma *Manager del futuro* di Astaldi, azienda specializza-

ta nelle infrastrutture, per ingegneri che vogliono inviare il loro curriculum, ha rilanciato il presidente Paolo Astaldi, perché «noi crediamo nei giovani ed abbiamo bisogno di loro, per trovare nuove forze». Sul concetto di tornare a contare e fare squadra si è soffermato anche Alberto Bombassei, patron del gruppo Brembo: «Mai come ora gli imprenditori hanno bisogno di tornare a contare».

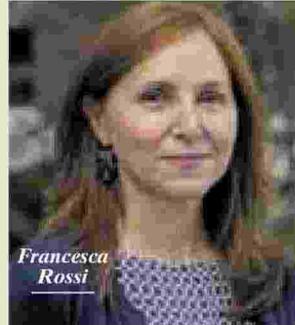
Su tutto poi aleggia l'incognita Cina, l'area che per prima ha scatenato le vendite sui mercati la scorsa estate. Di fatto oggi è la più grande economia del mondo, hanno sostenuto manager e imprenditori, e spetta alla stessa Cina sapersi intrecciare con l'economia mondiale. Senza dare l'impressione di bussare alla porta e neppure di voler invadere. Ma di Pechino nessuno può fare a meno. (riproduzione riservata)

Rossi: intelligenza artificiale, che grande opportunità

L'intelligenza artificiale è già tra noi e avrà un impatto enorme sull'evoluzione del business. Sta catalizzando capitali e aprendo nuovi mercati: gli assistenti virtuali aiutano i numeri uno a prendere decisioni strategiche e i robot stanno trasformando tutti i settori produttivi. I big data vengono usati per migliorare le performance degli sportivi in campo e dei professionisti in azienda, le squadre inglesi e tedesche usano un software per la ricerca e la crescita dei talenti e così anche molti direttori del personale in ufficio. In un solo anno i fondi specializzati hanno puntato 55 miliardi di dollari sulle startup del settore. Ma anche i big si muovono: Toyota ha aperto un centro di ricerca sull'AI investendo un miliardo di dollari e altrettanto ha speso Google per comprare tre start-up che sviluppano applicazioni in grado di imparare da sole; Apple ha acquistato un software di riconoscimento delle emozioni. E Ibm investe un miliardo di dollari per potenziare il suo gruppo di ricerca Watson. «Non c'è limite all'impatto che l'AI avrà in tutti i campi, dalla medicina all'agricoltura alla finanza rendendo il lavoro migliore, più efficace ed efficiente e affiancando i numeri uno nelle decisioni», dice dal Watson Center di Ibm Francesca Rossi, esperta mondiale e presidente della conferenza internazionale dell'AI, che ha parlato nel corso del summit dei Numeri Uno. «Qual è il vero punto di svolta? L'elaborazione rapidissima e precisa delle informazioni che servono al business. Oggi le aziende producono una

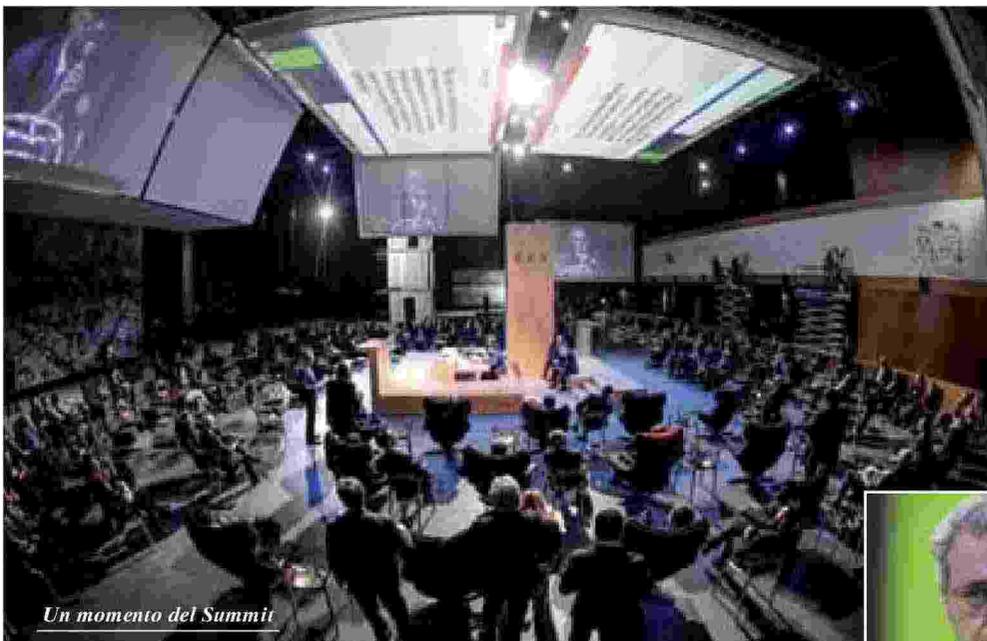
quantità smisurata di dati che nessun cervello umano potrà mai assimilare e usare. Ci pensa il cervello artificiale: elabora tutte le informazioni e tira fuori solo quelle che servono». Il centro di ricerca Watson di Ibm ha già messo a punto un assistente virtuale in grado di aiutare i medici immagazzinando ed elaborando migliaia di articoli scientifici e immagini mediche dei pazienti per fare diagnosi e definire terapie. Insomma, quello che un cervello umano non potrà mai fare nel corso della sua intera vita, oggi lo fa un computer in pochi secondi. «Watson ha come scopo quello di amplificare intelligenza umana», continua la professoressa Rossi, «ma non riesce ancora a prendere decisioni basate sul senso comune, o altamente creative. Per questo la macchina avrà sempre bisogno dell'uomo e viceversa. La macchina è in grado di dare senso a sconfinite serie di dati e oggi nessuna decisione è migliore di quella che tiene in considerazione tutte le informazioni disponibili sul mercato». Le applicazioni sono praticamente infinite, ma quel che più conta è che potranno beneficiarne anche le piccole e medie imprese italiane. «Le opportunità per le Pmi sono molte, possono migliorare la loro produttività rendendo il business più efficace e sostenibile». La potenza di calcolo raggiunta

dai computer li rende capaci di apprendere dall'esperienza e di evolversi, al punto che qualcuno comincia a temere che le macchine possano prendere il sopravvento. «L'artificial intelligence è una tecnologia potente», continua Francesca Rossi, «in grado di apprendere, migliorare se stessa e modificarsi con l'esperienza, ma sempre seguendo le regole scritte dal programmatore, da un umano». E questo sposta parecchio in là il confine fra pericolo e opportunità. «Stiamo andando verso software sempre più veloci e

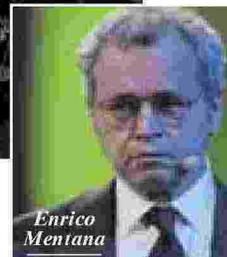


Francesca Rossi

intelligenti, ma i principi etici rimangono quelli stabiliti da noi umani». Un esempio pratico? Le auto che si guidano da sole, infallibili nell'osservare il codice stradale ma incapaci di prendere quelle decisioni d'istinto che, spesso, salvano la vita. L'AI, infatti, è imbattibile nell'esecuzione minuziosa di un compito complesso, ma si tratta pur sempre di un processo matematico nel quale le emozioni o l'istinto non hanno alcun peso. «Ci sono cose che noi umani sappiamo fare meglio, siamo creativi, usiamo l'intuizione e il senso comune. Per questo credo che sarà sempre necessario lavorare in sinergia con le macchine. Dobbiamo cominciare a fidarci di loro. Le sfide del Paese si risolvono anche così». È un'opportunità, non è un'opzione. (riproduzione riservata)

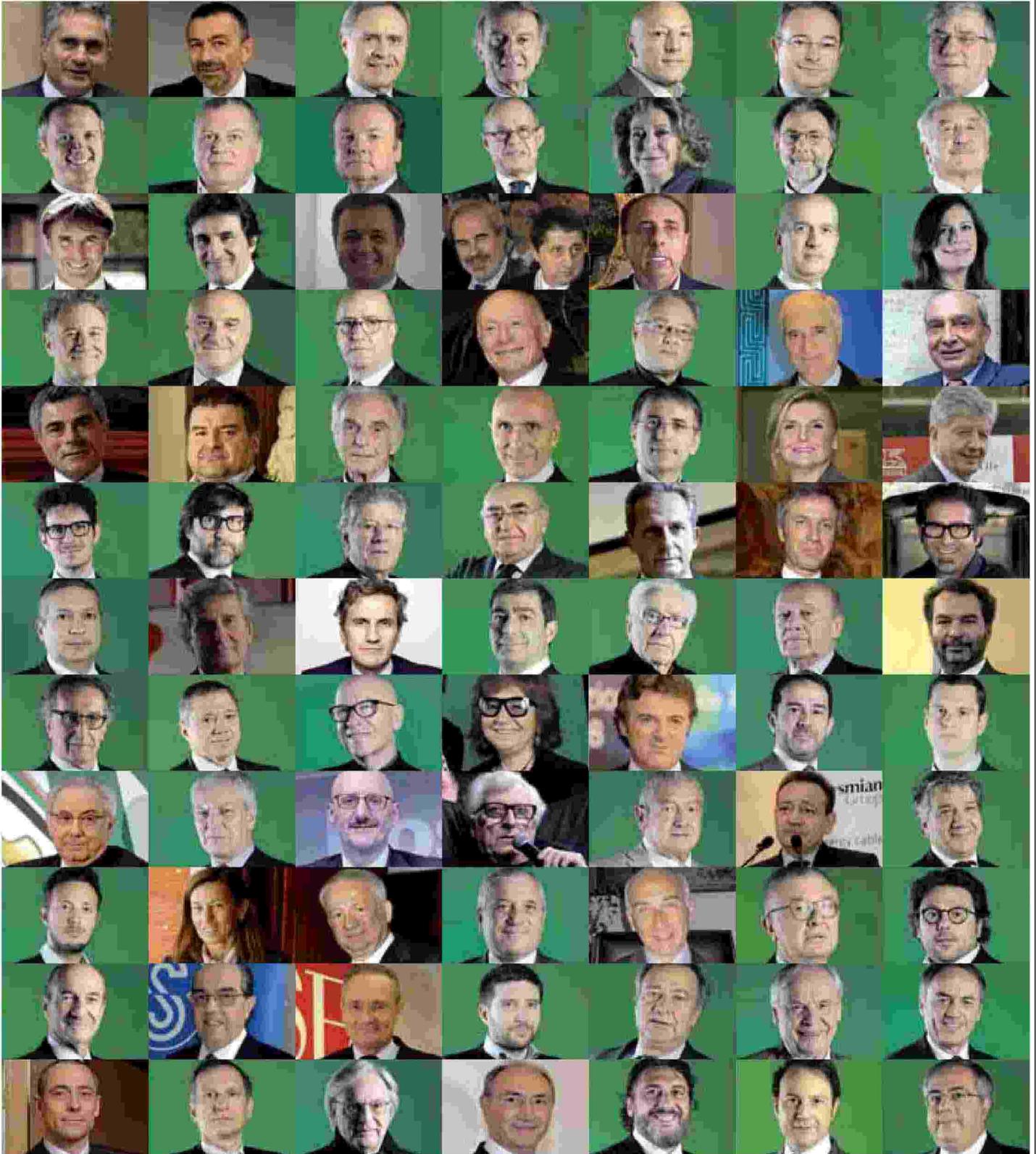


Un momento del Summit



Enrico Mentana

I leader delle società Numero 1 in Italia che hanno aderito al Summit



Da sinistra a partire dall'alto: Luca Valerio Camerano (A2A), Giovanni Sabatini (Abi), Harald Wester (Alfa Romeo), Luca Cordero di Montezemolo (Alitalia), Enrico Vita (Amplifon), Paolo Astaladi (Astaladi), Paolo Vitelli (Azimut Benetton), Massimo Doris (Banca Mediolanum), Paolo Ainio (Banzai), Pietro Gussalli Beretta (Beretta Holding), Alberto Bianchi (Bianchi), Diana Bracco (Bracco), Nicolò Branca (Branca), Alberto Bombassei (Brembo), Brunello Cucinelli (Brunello Cucinelli), Urbano Cairo (Cairo), Alessandro Calligaris (Calligaris), Claudio Costamagna e Maurizio Tamagnini (Cdp), Filippo Antonio De Cecco (De Cecco), Marco Pocaterra (Diamond Love Bond), Marinella Soldi (Discovery Italia), Enzo Manes (Dynamo Camp), Maurizio Marinella (E. Marinella), Carlo Tamburi (Enel), Bernardo Caprotti (Essetlunga), Silvio Siliprandi (Gfk Eurisko), Davide Sgariboldi (Euroitalia), Giuseppe Bono (Fincantieri), Mauro Moretti (Finmeccanica), Stefano Fiochi (Fiochi Munizioni), Domenico Bosatelli (Gewiss), Pietro Giuliani (Gruppo Azimut), Stefano Achermann (Gruppo Be Think), Lisa Ferrarini (Ferrarini), Gabriele Galateri (Generali), Paolo Rotelli (Gruppo Osp. San Donato), Claudio Marenzi (Herno), Adolfo Guzzini (IGuzzini), Fulvio Montipò (Interpump), Gaetano Micciché (Intesa San Paolo), Carlo Pesenti (Italcementi), Giovanni Costantino (Italian Sea), Vincenzo Paradiso (Ivri), Claudio Luti (Kartell), Antonio Baravalle (Lavazza), Isidoro Lucciola (L&P), Marino Golinelli (Fond Golinelli), Piero Mocarrelli (Mocauto), Remo Ruffini (Moncler), Ernesto Mauri (Mondadori), Mauro Melis (Monzino), Pasquale Natuzzi (Natuzzi), Gianola Nonino (Nonino), Flavio Cattaneo (Niv), Fabio Sbianchi (Octo Telematics), Leone Marzotto (Peck), Roberto Colaninno (Piaggio), Marco Tronchetti Provera (Pirelli), Francesco Caio (Poste), Patrizio Bertelli (Prada), Manfredi Barbera (Oleificio Barbera), Valerio Battista (Prysmian), Gregorio Fogliani (Qui! Group), Alessandro Volanti (Radio Italia), Laura Cioli (Rcs), Giovanni Recordati (Recordati), Dario Scotti (Riso Scotti), Alfredo Romeo (Romeo Gestioni), Alberto Cristina (Rubinetterie Cristina), Edoardo Tabacchi (Salmoiraghi & Viganò), Michele Norsa (Salvatore Ferragamo), Gianmarco Moratti (Saras), Pietro Modiano (Sea), Andrea Radaelli (Sharebot), Giovanni Tamburi (TIP), Alexander Pereira (Teatro Scala), Nerio Alessandri (Technogym), Matteo Del Fante (Terna), Giuseppe Recchi (Tim), Diego Della Valle (Tod's), Federico Ghizzoni (Unicredit), Carlo Cimbri (Unipol), Danilo Iervolino (Università Telematica Pegaso), Luca Palanè (Uvet).

Il manifesto dei Numeri 1 italiani

1 Il paesaggio italiano (fisico, artistico, culturale, imprenditoriale) è unico al mondo per bellezza, profondità, coraggio, creatività, generosità, umanità. Occorre esserne consapevoli e metterlo a frutto per uscire da una crisi epocale. Occorre valorizzare ulteriormente lo stile di vita italiano, la capacità creativa della moda e del design, senza timore che l'Italia sia considerata un paese leggero. Ma non solo. Il patrimonio incalcolabile di bellezze naturali e artistiche deve trovare una valorizzazione nel turismo, che produce risorse da reinvestire soprattutto nella conservazione del territorio e della sua unicità.

2 Il digitale, il big Data, l'intelligenza artificiale hanno avviato una rivoluzione produttiva senza precedenti nella storia dell'Umanità. L'Italia è all'avanguardia nel digitale, nel big Data, nell'intelligenza artificiale, occorre quindi che questa nuova cultura, unita all'umanesimo di cui il paese è impregnato, venga diffusa a tutti i livelli, cominciando dalla scuola elementare. Occorre che il primato di secondo paese manifatturiero d'Europa sia difeso e sviluppato proprio grazie alla valorizzazione dei primati, finora conosciuti, nella tecnologia rivoluzionaria del digitale, di cui fa parte anche il primato nelle stampanti 3D. Occorre la piena coscienza che nelle scienze derivate dal digitale l'Italia è ai livelli più alti. Con strumenti e conoscenze che possono rafforzare, attraverso la scienza della vita, anche il primato di secondo paese al mondo per longevità. Un paese in cui la medicina è un'altra eccellenza.

3 La rivoluzione avviata farà scomparire molti mestieri che dovranno essere sostituiti da nuovi mestieri e professionalità per le quali il terzo settore, quello interpretato dalle Onlus nel sociale

e nell'economia di vicinanza, potrà essere un terreno fertile e quindi ricco di nuovi posti di lavoro.

4 L'Italia è oggi uno dei primi cinque paesi al mondo per surplus nel settore manifatturiero oltre ad avere un attivo di 37 miliardi nella bilancia commerciale complessiva. Ma molti più paesi diventeranno presto autosufficienti nella manifattura e nei servizi, anche senza misure protezionistiche. Per mantenere la forza dell'export il paese deve lavorare allo sviluppo di tecnologie. Robotica e automazione sono settori in cui l'Italia, essendo già un leader mondiale, deve sviluppare nuove piattaforme hardware, perché è l'hardware che impone la creazione del software e quindi lo sviluppo dei servizi e quindi dei posti di lavoro. L'Italia ha la capacità di definire nuovi standard sul mercato e di creare mercati che non esistono.

5 Altri settori da sviluppare sono: scienze della vita, food e agri tecnologie per la scienza della nutrizione, packaging innovativo, tecnologie per il ciclo dell'acqua e per quello dei rifiuti, modelli predittivi e supercomputazione applicati a diversi settori, compreso l'ambiente e il sociale, trasporti e automotive e i motocicli, tecnologie per i beni culturali e digital humanities. Per questo serve potenziare la coscienza delle enormi conoscenze di cui l'Italia dispone.

6 Quanto al sistema socio-economico il capitalismo globale, pur vincente, è inquinato da eccessi della finanza: assunzione esagerata di rischi, leverage, opacità. Non deve ripetersi la colossale distruzione di ricchezza degli ultimi otto anni. Inoltre

(continua a pag. 26)

(segue da pag. 24)

l'eccessiva ineguaglianza, cresciuta anche nelle società occidentali, rende

il capitalismo meno inclusivo, riduce la partecipazione, unica leva per sviluppare pienamente il potenziale di crescita economica e civile. Un nuovo contratto sociale, anche se tacito, deve essere realizzato. Tutti i Numeri 1 hanno sottolineato i doveri sociali degli imprenditori. Se non si restituisce alla società una parte della ricchezza creata lo sviluppo si affievolirà.

7 L'Italia deve lottare perché, nel settantacinquesimo anniversario del Manifesto di Ventotene scritto da Altiero Spinelli, l'Europa diventi un vero stato federale, dove tutti gli europei si sentano cittadini europei ed uguali, dove gli egoismi cedano il passo al desiderio e all'opera per un progresso comune, un nuovo umanesimo di cui la storia italiana è, per la sua storia, il modello.

8 Ma l'Italia deve non solo contestare il rigorismo esasperato della Germania e dei paesi che la seguono, dietro il quale si nasconde egoismo, ma deve mettere a frutto la ricchezza del paese, valorizzando i capitali dei privati, con il taglio del debito dello Stato nel suo complesso. Un debito pubblico esorbitante come quello attuale non si riduce solo con la crescita perché esso stesso frena lo sviluppo, drena risorse, espone ad attacchi selvaggi della speculazione alla ricerca di nuovi profitti, magari per la perdita di potere a causa della caduta del prezzo delle materie prime e in particolare del petrolio o per il rallentamento della crescita economica globale che riduce i margini. Lo Stato italiano nel suo complesso, inclusi quindi gli enti locali, deve fare come tutte le aziende indebitate che però possiedono asset: devono venderli per recuperare slancio e scongiurare crisi come quelle del 2011.

9 L'Italia deve cessare di essere uno dei paesi al mondo dove è più costoso produrre e più complicato avviare e gestire nuove imprese. La tassazione grava anco-

ra troppo sul lavoro e sulle aziende.

Una riforma deve eliminare questi scompensi.

10 Tutto ciò ha come fondamento un collegamento reale, non formale, tra scuola, università e mondo dell'impresa senza ideologismi ma basato sulle reali necessità della nuova economia e della data science. Naturalmente con il dovuto coordinamento del governo. Per questo, questo speciale Manifesto non potrà non finire sulla scrivania del presidente Matteo Renzi.

A2A, Abi, Alfa Romeo, Alitalia, Amplifon, Astaldi, Azimut Benetti, Banca Mediolanum, Banzai, Be Think Solve Execute, Beretta Holding, Bianchi Industrial, Bracco, Brembo, Brunello Cucinelli, Cairo Editore, Calligaris, Cassa Depositi e Prestiti, Centro Cardiologico Monzino, Cristina Rubinetterie, De Cecco, Diamond Love Bond, Discovery, Dynamo Camp, E. Marinella, Enel, Esselunga, Euroitalia, Fincantieri, Finmeccanica, Fiocchi Munizioni, Fondazione Golinelli, Fratelli Branca Distillerie, Gewiss, GfK, Gruppo Azimut, Gruppo Ferrarini, Gruppo Generali, Gr. Ospedaliero San Donato, Gruppo Piaggio, Herno, iGuzzini, Interpump, Intesa Sanpaolo, Italcementi, IVRI, Kartell, Lavazza, L&P Investimenti, Marchesi de Frescobaldi, Mocauto Group, Moncler, Mondadori, Natuzzi, Nonino, Ntv Nuovo Trasporto Viaggiatori, Octo Telematics, Peck, Pirelli, Poste Italiane, Prada, Premiati Oleifici Barbera, Prysmian Group, Qui! Group, Radio Italia, Rcs MediaGroup, Recordati, Riso Scotti, Romeo Gestioni, Salmoiraghi & Viganò, Salvatore Ferragamo, Saras, Sea, Teatro alla Scala, Technogym, Terna, The Italian Sea Group, Tim, Tip-Tamburi Investment Partners, Tod's, UniCredit, Unipol, Università, Telematica Pegaso, Uvet

Cingolani: l'Italia è leader mondiale in robotica e automazione

di Alessandra Gerli

«Non è questione di hardware contro software. È ovvio che il grosso del pil oggi lo fanno i servizi. Però è la capacità di dominare e innovare le tecnologie hardware che dà solidità a un Paese. Fare l'automotive, i robot, i nuovi materiali, che poi generano un'enorme cascata di servizi. Ed essere il primo anello di una catena tecnologica significa dettare il ritmo dell'innovazione». Il professor Roberto Cingolani, alla guida dell'Istituto Italiano di Tecnologia di Genova e fisico specializzato in nanotecnologie e nella scienza dei materiali, spiega così le caratteristiche che un Paese che ha l'ambizione di essere fortemente avanzato dovrebbe avere. «I Paesi forti, cioè Usa, Giappone, Corea del Sud e Germania, hanno le grandi tecnologie». Quanto all'Italia, «avere un grande dna manifatturiero è una nostra forza. Siamo la seconda manifattura d'Europa, però bisognerebbe spingere di più, con una strategia di lungo termine che potenzi questa capacità eccellente, scegliendo i settori dove l'Italia può sicuramente dire la sua».

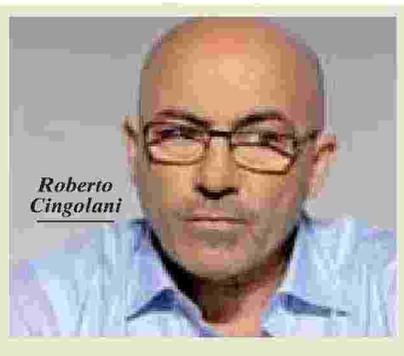
E quali sono? Cingolani elenca: robotica e automazione, scienze della vita, food e agrotechnologies, scienza della nutrizione, packaging innovativo, tecnologie per il ciclo dell'acqua e per quello dei rifiuti, modelli predittivi e supercomputazione applicati a diversi settori, compreso l'ambiente e il sociale, trasporti e automotive,

tecnologie per i beni culturali e digital humanities. «L'Italia non può pensare di competere su tutto. Deve fare delle scelte, decidere quali sono le cose in cui vuole competere per essere tra i primi tre o quattro al mondo».

L'it, chiamato dal premier per progettare il polo il polo di ricerca e tecnologia applicata alla qualità della vita che dovrebbe nascere sulle aree dell'Expo a Milano, è diventato un pilastro della ricerca made in Italy che ha prodotto 380 brevetti e parecchie start-up, dove lavorano in 1.450: il 41% sono donne, quasi la metà arriva da 56 nazioni, l'età media è 33 anni. «Robotica e automazione sono settori in cui l'Italia è un leader mondiale», dice Cingolani. «Dobbiamo essere noi italiani a sviluppare nuove piattaforme hardware in questi settori. Dobbiamo definire nuovi standard sul mercato, creare mercati che non esistono». Un esempio è l'icub, il cucciolo di robot sviluppato dall'it, diventato la piattaforma robotica più diffusa al mondo, sulla quale lavorano quasi tutti i grandi laboratori. Oggi ha l'intelligenza e le capacità di un bambino di 5 anni, copia, impara, prova e riprova, tocca un oggetto per capire come è fatto, con il rivestimento, la sua pelle, che gli consente di sentire le forze con cui interagisce. Come prototipo costa 300mila euro. Tempo un decennio, però, e secondo Cingolani sarà venduto a 5-6mila euro e potrà cucinare, passare l'aspirapolvere, caricare la lavatrice, stare coi bambini, assistere gli anziani... «Con Icube stiamo creando un mercato che non esiste,

quello dell'assistenza al cittadino. In una società che fra 30 anni avrà un lavoratore attivo per ogni pensionato e un invecchiamento prolungato, sarà un'occasione assolutamente da non perdere», prevede Cingolani. Poiché è impossibile che ogni robot abbia tutta l'intelligenza che gli serve dentro di sé, inoltre, «i servizi Ict collegati, le app, i programmi di funzionamento, le connessioni al cloud esploderanno e creeranno un mercato grande 50 volte la piattaforma hardware».

Le scienze della vita sono «un altro settore in cui noi italiani siamo molto forti». Merito della nostra sanità: «Cheché se ne dica, è di alto livello e di una scuola eccezionale riconosciuta nel mondo. Accanto alla medicina di precisione, vedo una nutrizione di precisione, che diventi il primo livello per il miglior invecchiamento e la prevenzione delle malattie». Cingolani aggiunge, come settori in cui l'Italia può utilmente impegnarsi, le tecnologie per il recupero dell'acqua, la previsione dei disastri con modelli super computing («una tecnologia di altissimo livello che salva il paese»). Riferisce del packaging, un'altra industria di eccellenza nazionale, e delle nuove frontiere: sensori che verificano lo stato di conservazione di un alimento o controllano il passaggio di umidità, le nanotecnologie usa e getta, a bassissimo costo, che fanno uno screening in pochi minuti, senza bisogno del laboratorio, su un alimento come su un essere umano. «Quello che conta è avere un piano, la visione di dove vorremmo arrivare e in che modo nei prossimi vent'anni, pronti a cambiare direzione in tempo reale se sopraggiungono grandi cambiamenti tecnologici. Sì, bisogna avere una visione in cui la tecnologia sia al servizio dei grandi problemi dell'uomo». (riproduzione riservata)



Roberto Cingolani

Rasetti: quel milione di miliardi di miliardi di byte che girano ogni giorno

di **Alessandra Gerli**

Il numero di stelle conosciute, che è enorme, è 200 volte più piccolo dei byte che ogni giorno ci scambiamo mandandoci e-mail, sms, postando foto e commenti sui social network, usando bancomat o carte di credito. Questo confronto sorprendente arriva da Mario Rasetti, il professore di fisica teorica italiano che è uno dei massimi esperti mondiali di big data. «Attraverso le nostre reti di comunicazione, mandiamo in giro dati per un milione di miliardi di miliardi di byte al giorno», quantifica Rasetti con un numero a 24 zeri difficile da pronunciare e capire. «Noi scienziati, che abbiamo il vezzo di esprimerci per potenze ed esponenti, parliamo di 10 alla 24 byte di dati», puntualizza. È uno tsunami, un sistema di informazione pervasivo. È la prima volta che questo accade ed è una rivoluzione», sottolinea Rasetti, che guarda al nostro, molto prossimo, futuro: «Ci stiamo avviando verso un modello strutturale di società completamente diverso dal consueto, dove il bene principale, sul quale si fonderanno i poteri, ma anche il benessere e lo stesso essere uomo, è la conoscenza. E abbiamo finalmente gli strumenti per affrontare e sostenere questa società della conoscenza sul fronte tecnologico».

Quando parla di big data, però, Rasetti, per solito molto riservato, si appassiona: «Sì, è in corso una rivoluzione digitale, la quinta dopo i grandi computer degli anni Settanta, i pc, internet e il web 1.0, i cellulari e il web 2.0. Una rivoluzione paragonabile a quella avvenuta con l'invenzione della stampa». Lo tsunami di dati attuale, dove tutto quello che facciamo lascia una traccia digitale, con 4,7 miliardi di persone che possiedono un cellulare, e ogni giorno ci si scambia 410 miliardi di e-mail, 35 miliardi di sms, 700 milioni di foto su Facebook «credo sia una rivoluzione ancora più grande di quella della stampa, perché è un modo di distribuire il sapere, e la capacità di decidere, a gerarchie della popolazione totalmente diverse dal passato», non minimizza Rasetti. Ma come si gestisce questa mole di dati per non esserne sopraffatti?

La scienza dei dati è una sfida complessa: «Il primo passo consiste nel cercare di distillare informazioni dai dati, che spesso sono organizzati in

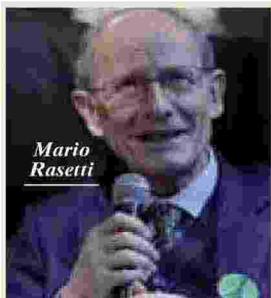
maniera rumorosa e infettati da errori. Il secondo, nell'estrarre conoscenza dalle informazioni», enumera Rasetti. «La conoscenza permette una rappresentazione virtuale del mondo del quale ci stiamo occupando, sulla quale possiamo immaginare di intervenire. Questo è quello che facciamo: degli scenari, che permettano a chi deve prendere delle decisioni di farlo in maniera più razionale». Ma le applicazioni sono tantissime», avverte Rasetti. Qualche esempio? «Le banche, che attraverso i dati delle carte di credito dei loro clienti hanno accesso a un enorme set che contiene tutto quello che ognuno compra e dove possono costruire dei profili sui quali studiare prodotti specifici per ogni persona». Ancora: «L'ultima frontiera della medicina, la cosiddetta medicina di precisione, che grazie ai dati su tutta la storia clinica di un paziente, sul suo codice genetico e magari anche quello dei genitori, comparati con quelli di altri milioni di casi, può curarlo in un modo mirato che non ha precedenti». Un altro esempio? «Google. Quando gli facciamo una domanda scrivendo tre o quattro parole in un decimillesimo di secondo riesce a trovare 2 miliardi di risposte. La sua forza, però, non sta in questo, ma nel fatto che le risposte sono organizzate in un ordine decrescente di correlazione con la domanda: nelle prime 15, di norma, si trova ciò che si stava cercando». Ma gli algoritmi alla Google, infatti, hanno un limite: «Forniscono informazione solo sulle cose che in qualche modo si sanno già», avverte Rasetti. La data science ha spostato il pallino più in là: «Costruire algoritmi che non richiedano a priori alcuna informazione e che, a partire da un grande set di dati dei quali non si sa nulla, per esempio i messaggi su Twitter, riescano ugualmente a trovare delle cose, delle correlazioni». Li chiamiamo algoritmi 2.0? «Anche di terza e quarta generazione, come si suol dire.

Questa non è più informatica tradizionale, è qualcosa di più vicino all'intelligenza artificiale», suggerisce Rasetti. E parla di algoritmi predittivi in grado di indagare i sistemi non lineari, quelli dove emergono effetti e comportamenti dovuti alla collettività e alla molteplicità di agenti, che non si possono prevedere a partire dal singolo.

L'economia, dove le previsioni sono fondamentali, ma estremamente complesse perché a interagire sono «una quantità di fattori esterni ed endogeni, è un campo di applicazione enorme che si sta già sperimentando». E i big data possono cambiare lo stesso approccio delle imprese al mercato.

I big data non si scovano solo nei supporti elettronici, nei computer o nella telecomunicazione. «Oggi sta esplodendo la cosiddetta internet delle cose, cioè l'enorme diffusione dei sensori, che rappresentano il passo successivo dei big data. Siamo circondati, oltre che da sensori, da misuratori e telecamere. Tutti forniscono dati, ai quali si possono per esempio applicare algoritmi per il riconoscimento dei volti che hanno risvolti importantissimi sul fronte della sicurezza, ma non solo», spiega Rasetti. E racconta di un progetto dell'Nih, l'istituto superiore di sanità degli Usa, parallelo alla missione su Marte alla quale sta lavorando la Nasa: «Se, com'è previsto, 50 astronauti staranno nello spazio per sei anni, è impossibile pensare che non si ammalinino mai. Se non puoi portare una persona all'ospedale, porta l'ospedale dentro la persona con un sistema di sensori e nanostrutture per la somministrazione dei medicinali, in grado di monitorare continuamente le funzioni vitali di ogni astronauta e, se necessario, di far scattare degli interventi automatici o pilotati dalla Terra per curarli. Nel giro di qualche anno, questo sarà il modo in cui saremo curati tutti».

E la questione etica della cancellazione della privacy da partedi google&C? Rasetti non ha dubbi: «Il problema è enorme, ma è politico. Usati grosso modo al contrario, gli algoritmi creano metodi di anonimizzazione dell'informazione a prova di bomba. Per questo, però, ci vogliono leggi che abbiano la volontà e la capacità di proteggere la nostra privacy». E attenzione: «Spesso lasciamo delle tracce perché non sappiamo che le stiamo lasciando». (riproduzione riservata)



Mario Rasetti

INCONTRI Lunedì 8 febbraio a Milano presso il Pirelli HangarBicocca a confronto i manager alla guida delle aziende che primeggiano nei loro settori. Per comprendere quale sarà il futuro dell'Italia

Numeri Uno in summit

di **Giuliano Dara**

Si tiene lunedì 8 febbraio a Milano, presso il Pirelli HangarBicocca, il Primo Summit dei Numeri Uno d'Italia, con la partecipazione degli imprenditori che con le loro attività qualificano il Made in Italy e sostengono il prestigio del sistema imprenditoriale italiano nel mondo. All'evento, organizzato da Class Editori, partecipano i leader delle grandi imprese, ma anche di quelle di piccole e medie dimensioni che sono Numeri Uno nel loro settore. Lo fanno per scambiarsi idee, conoscenze e progetti, con l'obiettivo di rispondere alle

domande più pressanti di questo momento.

Come sarà l'Italia del futuro? Quale ruolo rivestirà nell'economia mondiale? Quali settori economici saranno ancora centrali? Come influenzeranno il business e la vita di tutti i giorni big data e intelligenza artificiale?

I lavori si svolgeranno in modo innovativo e coinvolgente, un laboratorio intitolato, *#Angar Italia. Produciamo il Futuro*, che darà vita a un dialogo, animato e condotto da Enrico Mentana con Andrea Cabrini, Paolo Panerai,

Gabriele Capolino, Pierluigi Magnaschi, all'interno di una cornice unica: un'agorà ideata e creata dal grande architet-

to Italo Rota fra le torri che compongono l'installazione di Anselm Kiefer, *I Sette Palazzi Celesti 2004-2015*.

I pensieri elaborati nel corso del summit, espressi dai partecipanti mediante una rete di tablet collegati tra loro, «saranno raccolti durante lo svolgimento dei lavori su una grande lavagna di 32 metri, creata da giovani maker italiani, su cui grandi plotter li scriveranno a getto continuo, dando vita a una sorta di moderno talmud in continua evoluzione», spiega l'architetto Rota.

«Il risultato finale sarà poi condiviso con tutti i cittadini che, dal 9 al 14 febbraio, visiteranno l'installazione multimediale che rappresenta il meglio

dell'Italia che sarà», continua Rota, citando solamente una tra le molte soluzioni tecnologiche all'avanguardia che caratterizzano lo spazio da lui concepito. Dopo Milano, l'installazione multimediale che prenderà vita dai semi piantati nel corso del laboratorio, sarà trasferita in Cina e negli Stati Uniti per rappresentare all'élite dei due Paesi il genio italiano interpretato dai Numeri Uno del Belpaese.

Il primo Summit dei Numeri Uno d'Italia è realizzato da Class Editori con il patrocinio del ministero per lo Sviluppo Economico, e con la collaborazione di Ibm, Kartell, Natuzzi, Peck, Pirelli HangarBicocca, Samsung, Sharebot, Tim. (riproduzione riservata)

#ANGAR ITALIA. PRODUCIAMO IL FUTURO

Ecco tutte le aziende che partecipano

- | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|
| ❖ A2A | ❖ Finmeccanica | ❖ Pirelli |
| ❖ Abi | ❖ Focchi Munizioni | ❖ Poste Italiane |
| ❖ Alfa Romeo | ❖ Fondazione Golinelli | ❖ Prada |
| ❖ Alitalia | ❖ Fratelli Branca Distillerie | ❖ Premiati Oleifici |
| ❖ Amplifon | ❖ Gewiss | ❖ Barbera |
| ❖ Astaldi | ❖ GfK | ❖ Prysman Group |
| ❖ Azimut Benetti | ❖ Gruppo Azimut | ❖ Qui! Group |
| ❖ Banca Mediolanum | ❖ Gruppo Ferrarini | ❖ Radio Italia |
| ❖ Banzai | ❖ Gruppo Generali | ❖ Rcs MediaGroup |
| ❖ Be Think Solve Execute | ❖ Gr. Ospedaliero San Donato | ❖ Recordati |
| ❖ Beretta Holding | ❖ Gruppo Piaggio | ❖ Riso Scotti |
| ❖ Bianchi Industrial | ❖ Herno | ❖ Romeo Gestioni |
| ❖ Bracco | ❖ iGuzzini | ❖ Salmoiraghi & Viganò |
| ❖ Brembo | ❖ Interpump | ❖ Salvatore Ferragamo |
| ❖ Brunello Cucinelli | ❖ Intesa Sanpaolo | ❖ Saras |
| ❖ Cairo Editore | ❖ Italcementi | ❖ Sea |
| ❖ Calligaris | ❖ IVRI | ❖ Teatro alla Scala |
| ❖ Cassa Depositi e Prestiti | ❖ Kartell | ❖ Technogym |
| ❖ Centro Cardiologico Monzino | ❖ Lavazza | ❖ Terna |
| ❖ Cristina Rubinetterie | ❖ L&P Investimenti | ❖ The Italian Sea Group |
| ❖ De Cecco | ❖ Marchesi de Frescobaldi | ❖ Tim |
| ❖ Diamond Love Bond | ❖ Mocauro Group | ❖ Tip Tamburi |
| ❖ Discovery | ❖ Moncler | ❖ Investment Partners |
| ❖ Dynamo Camp | ❖ Mondadori | ❖ Tod's |
| ❖ E. Marinella | ❖ Natuzzi | ❖ UniCredit |
| ❖ Enel | ❖ Nonino | ❖ Unipol |
| ❖ Esselunga | ❖ Ntv Nuovo Trasporto Viaggiatori | ❖ Università |
| ❖ Euroitalia | ❖ Octo Telematics | ❖ Telematica Pegaso |
| ❖ Fincantieri | ❖ Peck | ❖ Uvet |

GRAFICA MF-MILANO FINANZA



CLASS EDITORI

Lunedì Summit dei Numeri Uno al Pirelli Hangar Bicocca

Dara a pag. 16

Manager a confronto sul futuro dell'Italia, lunedì presso il Pirelli HangarBicocca

Numeri Uno, Summit a Milano

L'evento, organizzato da Class Editori, nell'Agorà by Rota

DI GIULIANO DARA

Si tiene lunedì 8 febbraio a Milano, presso il Pirelli HangarBicocca, il Primo Summit dei Numeri Uno d'Italia, con la partecipazione degli imprenditori che con le loro attività qualificano il Made in Italy e sostengono il prestigio del sistema imprenditoriale italiano nel mondo.

All'evento organizzato da Class Editori partecipano i leader delle grandi imprese, ma anche di quelle di piccole e medie dimensioni che sono Numeri Uno nel loro settore. Lo fanno per scambiarsi idee, conoscenze e progetti, con l'obiettivo di rispondere alle domande più pressanti

di questo momento.

Come sarà l'Italia del futuro? Quale ruolo rivestirà nell'economia mondiale? Quali settori economici saranno ancora centrali? Come influenzeranno il business e la vita di tutti i giorni big data e intelligenza artificiale?

I lavori si svolgeranno in un modo innovativo e coinvolgente, un laboratorio intitolato, #Angar Italia. *Produciamo il Futuro*, che darà vita a un dialogo, animato e condotto da **Enrico Mentana** con **Andrea Cabrini**, **Paolo Panerai**, **Gabriele Capolino**, **Pierluigi Magnaschi**, all'interno di una cornice unica: un'agorà ideata e creata dal grande architetto **Italo Rota** fra le torri che compongono l'in-

stallazione di **Anselm Kiefer**, *I Sette Palazzi Celesti 2004-2015*.

I pensieri elaborati nel corso del summit, espressi dai partecipanti mediante una rete di tablet collegati tra di loro, «saranno raccolti durante lo svolgimento dei lavori su una grande lavagna di 32 metri, creata da giovani maker italiani, su cui grandi plotter li scriveranno a getto continuo, dando vita a una sorta di moderno talmud in continua evoluzione», spiega l'architetto Rota.

«Il risultato finale sarà poi condiviso con tutti i cittadini che, dal 9 al 14 febbraio, visiteranno l'installazione multimediale che rappresenta il meglio dell'Italia che sarà», continua Rota,

citando solamente una tra le molte soluzioni tecnologiche all'avanguardia che caratterizzano lo spazio da lui concepito. Dopo Milano, l'installazione multimediale che prenderà vita dai semi piantati nel corso del laboratorio, sarà trasferita in Cina e Negli Stati Uniti per rappresentare all'élite dei due paesi il genio italiano interpretato dai Numero Uno del Belpaese.

Il primo Summit dei Numeri Uno d'Italia è realizzato da Class Editori con il patrocinio del ministero per lo Sviluppo Economico, e con la collaborazione di Ibm, Kartell, Natuzzi, Peck, Pirelli HangarBicocca, Samsung, Sharebot, Tim.

© Riproduzione riservata

#ANGAR ITALIA. PRODUCIAMO IL FUTURO

Ecco tutte le aziende che partecipano

- ❖ A2A
- ❖ Abi
- ❖ Alfa Romeo
- ❖ Alitalia
- ❖ Amplifon
- ❖ Astaldi
- ❖ Azimut Benetti
- ❖ Banca Mediolanum
- ❖ Banzai
- ❖ Be Think Solve Execute
- ❖ Beretta Holding
- ❖ Bianchi Industrial
- ❖ Bracco
- ❖ Brembo
- ❖ Brunello Cucinelli
- ❖ Cairo Editore
- ❖ Calligaris
- ❖ Cassa Depositi e Prestiti
- ❖ Centro Cardiologico Monzino
- ❖ Cristina Rubinetterie
- ❖ De Cecco
- ❖ Diamond Love Bond
- ❖ Discovery
- ❖ Dynamo Camp
- ❖ E. Marinella
- ❖ Enel
- ❖ Esselunga
- ❖ Euroitalia
- ❖ Fincantieri
- ❖ Finmeccanica
- ❖ Fiocchi Munizioni
- ❖ Fondazione Golinelli
- ❖ Fratelli Branca Distillerie
- ❖ Gewiss
- ❖ GfK
- ❖ Gruppo Azimut
- ❖ Gruppo Ferrarini
- ❖ Gruppo Generali
- ❖ Gr. Ospedaliero San Donato
- ❖ Gruppo Piaggio
- ❖ Herno
- ❖ iGuzzini
- ❖ Interpump
- ❖ Intesa Sanpaolo
- ❖ Italcementi
- ❖ IVRI
- ❖ Kartell
- ❖ Lavazza
- ❖ L&P Investimenti
- ❖ Marchesi de Frescobaldi
- ❖ Mocauto Group
- ❖ Moncler
- ❖ Mondadori
- ❖ Natuzzi
- ❖ Nonino
- ❖ Ntv Nuovo Trasporto Viaggiatori
- ❖ Octo Telematics
- ❖ Peck
- ❖ Pirelli
- ❖ Poste Italiane
- ❖ Prada
- ❖ Premiati Oleifici
- ❖ Barbera
- ❖ Prysmian Group
- ❖ Qui! Group
- ❖ Radio Italia
- ❖ Rcs MediaGroup
- ❖ Recordati
- ❖ Riso Scotti
- ❖ Romeo Gestioni
- ❖ Salmoiraghi & Viganò
- ❖ Salvatore Ferragamo
- ❖ Saras
- ❖ Sea
- ❖ Teatro alla Scala
- ❖ Technogym
- ❖ Terna
- ❖ The Italian Sea Group
- ❖ Tim
- ❖ Tip Tamburi
Investment Partners
- ❖ Tod's
- ❖ UniCredit
- ❖ Unipol
- ❖ Università
Telematica Pegaso
- ❖ Uvet

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

***Il Manifesto dei
Numeri 1 d'Italia
riuniti da Class Editori
in summit al Pirelli
HangarBicocca
per produrre il futuro***

(Bussi e Capisani alle pagine 4 e 5)

SI È TENUTO IERI IL PRIMO SUMMIT DI CLASS EDITORI CON LE AZIENDE NUMERI 1 IN ITALIA

Produciamo il futuro

Dal laboratorio #Angar Italia è emerso il quadro di un Paese che vive una quarta rivoluzione industriale con opportunità incredibili per i prodotti innovativi e ispirati a un nuovo Rinascimento

**DI MARCELLO BUSSI
E MARCO A. CAPISANI**

Il made in Italy può contare sull'industria della cultura e dell'arte, ma non basta. Deve mettere a sistema tutte le sue eccellenze, dal design al saper vivere, e poi colmare le lacune che ha in campo scientifico, per esempio formando i giovani su big data e data science. Il made in Italy ha una base solida nelle imprese piccole e medie, ma anche questo non basta. Piccolo è bello ma il piccolo deve crescere perché il mondo è grande. Insomma, i brand tricolore devono aprirsi al mondo, affrontando la competizione globale e recuperando il tempo perduto. Sono questi i principali binari di sviluppo per la Penisola delineati ieri a Milano durante il Primo Summit dei Numeri Uno d'Italia, organizzato da Class Editori in occasione del 35esimo anniversario del suo mensile *Capital*. L'incontro tra i principali imprenditori del made in Italy si è svolto al Pirelli HangarBicocca, all'interno dell'Agorà ideata e realizzata dall'architetto Italo Rota. Grazie alla formula del laboratorio, dal titolo #Angar Bicocca. *Produciamo il futuro*, imprenditori e manager in cinque ore di dibattito costruttivo hanno provato a rispondere, grazie allo scambio di idee e di conoscenze, alle domande più

urgenti. Da quale sarà il ruolo dell'Italia negli scenari mondiali futuri a quali settori economici saranno più rilevanti. Alla fine della giornata è stato redatto un manifesto in 10 punti (riportato in queste pagine e sottoscritto da tutti i numeri uno partecipanti), che ben sintetizza i punti più caldi oggetto di discussione e che dovrebbero rappresentare la guida per il rilancio definitivo di un Paese che ha enormi potenzialità solo in parte espresse. Si va dalla necessità di valorizzare le risorse paesaggistiche uniche al mondo, allo sviluppo di digitale, big data e intelligenza artificiale per difendere il posto di secondo Paese manifatturiero d'Europa. E poi la scoperta del Terzo settore come bacino di nuovi potenziali posti di lavoro; l'implementazione della tecnologia a servizio dell'export in cui l'Italia è ai vertici; un piano organico per scienza della vita, food e agritechologie; la lotta alla distruzione di ricchezza generata da una finanza malata e un nuovo patto sociale per la restituzione alla società di una parte della ricchezza; la determinazione nel creare una vera Europa federale; il fermo no al rigorismo tedesco ma in cambio di un taglio secco del debito pubblico; una riforma che riduca i costi della produzione e di avviamento di nuove imprese; un collegamento reale tra scuola, università e mondo

dell'impresa.

Secondo i partecipanti al laboratorio, che hanno firmato il Manifesto, l'Italia (e non solo) vive una quarta rivoluzione industriale grazie alla quale si aprono opportunità incredibili sulle nuove modalità per distribuire prodotti innovativi. La Penisola può diventare un grande produttore di benessere nel mondo mettendo a sistema ogni peculiarità del suo artigianato e delle sue botteghe, quindi non solo moda ma anche design, nutrizione, arte, cultura, tecnologia per la salute. Un nuovo Rinascimento italiano (così lo ha definito l'ad di Technogym, Nerio Alessandri) è possibile conciliando la visione digitale, aperta e globale con lo stile, la qualità e la tradizione tricolore, anche perché dietro l'angolo c'è già il passo successivo dell'evoluzione internetiana: l'intelligenza artificiale.

Se l'Italia ha dunque potenzialità da esprimere ed esportare, come sostenuto da Luca Cordeiro di Montezemolo, presidente Alitalia, queste qualità bisogna promuoverle, ha sottolineato Marco Tronchetti Provera, ceo e vicepresidente esecutivo di Pirelli. Per larga parte dei manager e imprenditori che hanno partecipato alla kermesse il 2016 «sarà un anno di crescita, a meno di peggioramenti dello scenario internazionale, e il rilancio dell'Europa non dev'essere più a macchia di leopar-

do». In Italia, in particolare, occorre smetterla con le beghe da cortile su riforme che altrove sono state fatte e viste positivamente. D'altronde «l'Italia è un Paese di cose che da 30-40 anni, a parte piccole parentesi positive, non sono state fatte», ha sintetizzato il pensiero dei più Diego Della Valle, patron di Tod's, a margine dei lavori. «Occorre essere molto realisti e dire chi siamo e dove siamo. Quello che non è stato fatto è evidente, quello che si dovrà fare nei prossimi anni altrettanto». L'Italia deve «lavorare molto per recuperare il tempo perduto. Servono voglia di rischiare e di investire, nonché di accettare la competizione globale», ha affermato dopo l'evento l'ad di Unipol, Carlo Cimbri. «La storia del Paese va costruita giorno dopo giorno, credendo in noi stessi e accettando di giocare le sfide che si presentano». Mentre Patrizio Bertelli, ad di Prada, ha sottolineato la necessità di una nuova fiscalità che incoraggi le aziende a continuare a operare in Italia.

Se poi si allarga la visuale oltreconfine, «la situazione è così difficile che dare una singola interpretazione è presuntuoso», ha dichiarato il dg di Intesa Sanpaolo Gaetano Miccichè. Va considerato l'andamento del prezzo del petrolio ma anche la questione immigrazione. In sostanza se è vero che diverse situazioni

contribuiscono all'instabilità globale è altrettanto vero che bisogna mantenere la calma per superare la tempesta che sta investendo i mercati.

Meglio allora concentrare le energie iniziando con l'eliminare quel disallineamento tra formazione dei giovani e richieste delle aziende. «Big data e data science, ossia la capacità di analizzare grandi flussi di numeri per coglierne nuove informazioni, sono buchi nella formazione dei giovani italiani. Invece si tratta di materie che potrebbero generare anche nuovi posti di lavoro», ha sottolineato il presidente di Telecom, Giuseppe Recchi. Di certo oggi il digitale è una grandissima trasformazione in atto e tutti esprimono un potenziale del Paese ma poi s'incontrano spesso difficoltà. «Bisogna dunque capire a chi compete la creazione di questo business environment favorevole», ha concluso Recchi. Proprio ai giovani è dedicato per esempio il programma *Manager del futuro* di Astaldi, azienda specializzata nelle infrastrutture, per ingegneri che vogliono inviare il loro cv, ha rilanciato il presidente Paolo Astaldi, perché «noi crediamo nei giovani ed abbiamo bisogno di loro, per trovare nuove forze». Sul concetto di tornare a contare e fare squadra si è soffermato anche Alberto Bombassei, patron del gruppo Brembo: «Mai come ora gli imprenditori hanno bisogno di tornare a contare».

Su tutto poi aleggia l'incognita Cina, l'area che per prima ha scatenato le vendite sui mercati la scorsa estate. Di fatto oggi è la più grande economia del mondo, hanno sostenuto manager e imprenditori, e spetta alla stessa Cina sapersi intrecciare con l'economia mondiale. Senza dare l'impressione di bussare alla porta e neppure di voler invadere. Ma di Pechino nessuno può fare a meno. (riproduzione riservata)



Il manifesto dei Numeri 1 italiani

1 Il paesaggio italiano (fisico, artistico, culturale, imprenditoriale) è unico al mondo per bellezza, profondità, coraggio, creatività, generosità, umanità. Occorre esserne consapevoli e metterlo a frutto per uscire da una crisi epocale. Occorre valorizzare ulteriormente lo stile di vita italiano, la capacità creativa della moda e del design, senza timore che l'Italia sia considerata un paese leggero. Ma non solo. Il patrimonio incalcolabile di bellezze naturali e artistiche deve trovare una valorizzazione nel turismo, che produce risorse da reinvestire soprattutto nella conservazione del territorio e della sua unicità.

2 Il digitale, il big Data, l'intelligenza artificiale hanno avviato una rivoluzione produttiva senza precedenti nella storia dell'Umanità. L'Italia è all'avanguardia nel digitale, nel big Data, nell'intelligenza artificiale, occorre quindi che questa nuova cultura, unita all'umanesimo di cui il paese è impregnato, venga diffusa a tutti i livelli, cominciando dalla scuola elementare. Occorre che il primato di secondo paese manifatturiero d'Europa sia difeso e sviluppato proprio grazie alla valorizzazione dei primati, finora conosciuti, nella tecnologia rivoluzionaria del digitale, di cui fa parte anche il primato nelle stampanti 3D. Occorre la piena coscienza che nelle scienze derivate dal digitale l'Italia è ai livelli più alti. Con strumenti e conoscenze che possono rafforzare, attraverso la scienza della vita, anche il primato di secondo paese al mondo per longevità. Un paese in cui la medicina è un'altra eccellenza.

3 La rivoluzione avviata farà scomparire molti mestieri che dovranno essere sostituiti da nuovi mestieri e professionalità per le quali il terzo settore, quello interpretato dalle Onlus nel sociale e nell'economia di vicinanza, potrà essere un terreno fertile e quindi ricco di nuovi posti di lavoro.

4 L'Italia è oggi uno dei primi cinque paesi al mondo per surplus nel settore manifatturiero oltre ad avere un attivo di 37 miliardi nella bilancia commerciale complessiva. Ma molti più paesi diventeranno presto autosufficienti

nella manifattura e nei servizi, anche senza misure protezionistiche. Per mantenere la forza dell'export il paese deve lavorare allo sviluppo di tecnologie. Robotica e automazione sono settori in cui l'Italia, essendo già un leader mondiale, deve sviluppare nuove piattaforme hardware, perché è l'hardware che impone la creazione del software e quindi lo sviluppo dei servizi e quindi dei posti di lavoro. L'Italia ha la capacità di definire nuovi standard sul mercato e di creare mercati che non esistono.

5 Altri settori da sviluppare sono: scienze della vita, food e agri tecnologie per la scienza della nutrizione, packaging innovativo, tecnologie per il ciclo dell'acqua e per quello dei rifiuti, modelli predittivi e supercomputazione applicati a diversi settori, compreso l'ambiente e il sociale, trasporti e automotive e i motocicli, tecnologie per i beni culturali e digital humanities. Per questo serve potenziare la coscienza delle enormi conoscenze di cui l'Italia dispone.

6 Quanto al sistema socio-economico il capitalismo globale, pur vincente, è inquinato da eccessi della finanza: assunzione esagerata di rischi, leverage, opacità. Non deve ripetersi la colossale distruzione di ricchezza degli ultimi otto anni. Inoltre l'eccessiva ineguaglianza, cresciuta anche nelle società occidentali, rende il capitalismo meno inclusivo, riduce la partecipazione, unica leva per sviluppare pienamente il potenziale di crescita economica e civile. Un nuovo contratto sociale, anche se tacito, deve essere realizzato. Tutti i Numeri 1 hanno sottolineato i doveri sociali degli imprenditori. Se non si restituisce alla società una parte della ricchezza creata lo sviluppo si affievolirà.

7 L'Italia deve lottare perché, nel settantacinquesimo anniversario del Manifesto di Ventotene scritto da Altiero Spinelli, l'Europa diventi un vero stato federale, dove tutti gli europei si sentano cittadini europei ed uguali, dove gli egoismi cedano il passo al desiderio e all'opera per un progresso comune, un nuovo umanesimo di cui la storia italiana è, per la sua storia, il modello.

8 Ma l'Italia deve non solo contestare il rigorismo esasperato della Germania e dei paesi che la seguono, dietro il quale si nasconde egoismo, ma deve mettere a frutto la ricchezza del paese, valorizzando i capitali dei privati, con il taglio del debito dello Stato nel suo complesso. Un debito pubblico esorbitante come quello attuale non si riduce solo con la crescita perché esso stesso frena lo sviluppo, drena risorse, espone ad attacchi selvaggi della speculazione alla ricerca di nuovi profitti, magari per la perdita di potere a causa della caduta del prezzo delle materie prime e in particolare del petrolio o per il rallentamento della crescita economica globale che riduce i margini. Lo Stato italiano nel suo complesso, inclusi quindi gli enti locali, deve fare come tutte le aziende indebitate che però possiedono asset: devono venderli per recuperare slancio e scongiurare crisi come quelle del 2011.

9 L'Italia deve cessare di essere uno dei paesi al mondo dove è più costoso produrre e più complicato avviare e gestire nuove imprese. La tassazione grava ancora troppo sul lavoro e sulle aziende. Una riforma deve eliminare questi scompensi.

10 Tutto ciò ha come fondamento un collegamento reale, non formale, tra scuola, università e mondo dell'impresa senza ideologismi ma basato sulle reali necessità della nuova economia e della data science. Naturalmente con il dovuto coordinamento del governo. Per questo, questo speciale Manifesto non potrà non finire sulla scrivania del presidente Matteo Renzi.

A2A, Abi, Alfa Romeo, Alitalia, Amplifon, Astaldi, Azimut Benetti, Banca Mediolanum, Banzai, Be Think Solve Execute, Beretta Holding, Bianchi Industrial, Bracco, Brembo, Brunello Cucinelli, Cairo Editore, Calligaris, Cassa Depositi e Prestiti, Centro Cardiologico Monzino, Cristina Rubinetterie, De Cecco, Diamond Love Bond, Discovery, Dynamo Camp, E. Marinella, Enel, Esselunga, Euroitalia, Fincantieri, Finmeccanica, Fiocchi Munizioni, Fondazione

**Golinelli, Fratelli Branca
Distillerie, Gewiss, GfK,
Gruppo Azimut, Gruppo
Ferrarini, Gruppo Generali,
Gr. Ospedaliero San Donato,
Gruppo Piaggio, Herno,
iGuzzini, Interpump, Intesa
Sanpaolo, Italcementi, IVRI,
Kartell, Lavazza, L&P
Investimenti, Marchesi de
Frescobaldi, Mocauro Group,
Moncler, Mondadori, Natuzzi,
Nonino, Ntv Nuovo Trasporto
Viaggiatori, Octo Telematics,
Peck, Pirelli, Poste Italiane,
Prada, Premiati Oleifici
Barbera, Prysmian Group,
Qui! Group, Radio Italia,
Rcs MediaGroup, Recordati,
Riso Scotti, Romeo Gestioni,
Salmoiraghi & Viganò,
Salvatore Ferragamo, Saras, Sea,
Teatro alla Scala, Technogym,
Terna, The Italian Sea Group,
Tim, Tip-Tamburi Investment
Partners, Tod's, UniCredit,
Unipol, Università, Telematica
Pegaso, Uvet**

Riparte l'attacco, Milano -4,7%

Il Manifesto dei Numeri 1 Italiani in risposta al Fiesli. Ha un'idea: per produrre il futuro.

Fidelity GMAI

Produciamo il futuro

Il manifesto dei Numeri 1 italiani

Il manifesto dei Numeri 1 italiani

10

Si è tenuto al Pirelli Hangar Bicocca il primo Summit fra i principali imprenditori italiani

Il made in Italy disegna il futuro

Largo ai prodotti innovativi ispirati a un nuovo Rinascimento

DI MARCO A. CAPISANI

Il made in Italy può contare sull'industria della cultura e dell'arte, ma non basta. Deve mettere a sistema tutte le sue eccellenze, dal design al saper vivere, e poi colmare le lacune che ha in campo scientifico, per esempio formando i giovani su big data e data science. Il made in Italy ha una base solida nelle imprese piccole e medie, ma anche questo non basta. Piccolo è bello ma il piccolo deve crescere perché il mondo è grande. Insomma, i brand tricolore devono aprirsi al mondo, affrontando la competizione globale e recuperando il tempo perduto. Sono questi i principali binari di sviluppo per la Penisola delineati ieri a Milano durante il Primo Summit dei Numeri 1 d'Italia, organizzato da Class Editori in occasione del 35esimo anniversario del suo mensile *Capital*. L'incontro tra i principali imprenditori del made in

Italy si è svolto al Pirelli Hangar Bicocca, all'interno dell'Agorà ideata e realizzata dall'architetto Italo Rota. Grazie alla formula del laboratorio, dal titolo *#Angar Bicocca. Produciamo il futuro, imprenditori e manager* in cinque ore di dibattito costruttivo hanno provato a rispondere, grazie allo scambio di idee e di conoscenze, alle domande più urgenti. Da quale sarà il ruolo dell'Italia negli scenari mondiali futuri a quali settori economici saranno più rilevanti.

Alla fine della giornata è stato redatto un manifesto in 10 punti (riportato in queste pagine) che ben sintetizza i punti più caldi oggetto di discussione e che dovrebbero rappresentare la guida per il rilancio definitivo di un Paese che ha enormi potenzialità solo in parte espresse. Si va dalla necessità di valorizzare le risorse paesaggistiche uniche al mondo, allo sviluppo di digi-

tale, big data e intelligenza artificiale per difendere il posto di secondo Paese manifatturiero d'Europa. E poi la scoperta del Terzo settore come bacino di nuovi potenziali posti di lavoro; l'implementazione della tecnologia a servizio dell'export in cui l'Italia è ai vertici; un piano organico per scienza della vita, food e agritechologie; la lotta alla distruzione di ricchezza generata da una finanza malata e un nuovo patto sociale per la restituzione alla società di una parte della ricchezza; la determinazione nel creare una vera Europa federale; il fermo no al rigorismo tedesco ma in cambio di un taglio secco del debito pubblico; una riforma che riduca i costi della produzione e di avviamento di nuove imprese; un collegamento reale tra scuola, università e mondo dell'impresa.

Secondo i partecipanti al laboratorio, che hanno firmato il Manifesto, l'Italia (e non solo) vive una quarta rivoluzione industriale grazie alla quale si aprono opportunità incredibili sulle nuove modalità per distribuire prodotti innovativi. La Penisola può diventare un grande produttore di benessere nel mondo mettendo a sistema ogni peculiarità del suo artigianato e delle sue botteghe, quindi non solo moda ma anche design, nutrizione, arte, cultura, tecnologia per la salute. Un nuovo Rinascimento italiano (così lo ha definito l'ad di Technogym, Nerio Alessandri) è possibile conciliando la visione digitale, aperta e globale con lo stile, la qualità e la tradizione tricolore, anche perché dietro l'angolo c'è già il passo successivo dell'evoluzione internettiana: l'intelligenza artificiale.

Se l'Italia ha dunque potenzialità da esprimere ed esportare, come sostenuto da Luca Cordero di Montezemolo, presidente Alitalia, queste qualità bisogna pro-

muoverle, ha sottolineato Marco Tronchetti Provera, ceo e vicepresidente esecutivo di Pirelli. Per larga parte dei manager e imprenditori che hanno partecipato alla kermesse il 2016 «sarà un anno di crescita, a meno di peggioramenti dello scenario internazionale, e il rilancio dell'Europa non dev'essere più a macchia di leopardo». In Italia, in particolare, occorre smetterla con le beghe da cortile su riforme che altrove sono state fatte e viste positivamente. D'altronde «l'Italia è un Paese di cose che da 30-40 anni, a parte piccole parentesi positive, non sono state fatte», ha sintetizzato il pensiero dei più Diego Della Valle, patron di Tod's, a margine dei lavori. «Occorre essere molto realisti e dire chi siamo e dove siamo. Quello che non è stato fatto è evidente, quello che si dovrà fare nei prossimi anni altrettanto». L'Italia deve «lavorare molto per recuperare il tempo perduto. Servono voglia di rischiare e di investire, nonché di accettare la competizione globale», ha affermato dopo l'evento l'ad di Unipol, Carlo Cimbri.

«La storia del Paese va costruita giorno dopo giorno, credendo in noi stessi e accettando di giocare le sfide che si presentano». Mentre Patrizio Bertelli, ad di Prada, ha sottolineato la necessità di una nuova fiscalità che incoraggi le aziende a

continua a pagina 18

SEGUE DA PAGINA 17

continuare a operare in Italia.

Se poi si allarga la visuale oltreconfine, «la situazione è così difficile che dare una singola interpretazione è presuntuoso», ha dichiarato il dg di Intesa Sanpaolo Gaetano Micciché. Va considerato l'andamento del prezzo del petrolio ma anche la questione immigrazione. In sostanza se è vero che diverse situazioni contribuiscono all'instabilità globale è altrettanto vero che bisogna mantenere la calma per superare la tempesta che sta investendo i mercati.

Meglio allora concentrare le energie iniziando con l'eliminare quel disallineamento tra formazione dei giovani e richieste delle aziende. «Big data e data science, ossia la capacità di analizzare grandi flussi di numeri per coglierne nuove informazioni, sono buchi nella formazione dei giovani italiani. Invece si tratta di materie che potrebbero generare anche nuovi posti di lavoro», ha sottolineato il presidente di Telecom, Giuseppe Recchi. Di certo oggi il digitale è una grandissima trasformazione in atto e tutti esprimono un potenziale del Paese ma poi s'incontrano spesso difficoltà. «Bisogna dunque capire a chi compete la creazione di questo business environment favorevole», ha concluso Recchi. Proprio ai giovani è dedicato per esempio il programma *Manager del futuro* di Astaldi,

azienda specializzata nelle infrastrutture, per ingegneri che vogliono inviare il loro cv, ha rilanciato il presidente Paolo Astaldi, perché «noi crediamo nei giovani ed abbiamo bisogno di loro, per trovare nuove forze». Sul concetto di tornare a contare e fare squadra si è soffermato an-



Un momento dei lavori al Pirelli Hangar Bicocca

che Alberto Bombassei, patron del gruppo Brembo: «Mai come ora gli imprenditori hanno bisogno di tornare a contare».

Su tutto poi aleggia l'incognita Cina, l'area che per prima ha scatenato le vendite sui mercati la scorsa estate. Di fatto oggi è la più grande economia del mondo, hanno sostenuto manager e imprenditori, e spetta alla stessa Cina sapersi intrecciare con l'economia mondiale. Senza dare l'impressione di bussare alla porta e neppure di voler invadere. Ma di Pechino nessuno può fare a meno.

© Riproduzione riservata

Il manifesto dei Numeri 1 italiani

1 Il paesaggio italiano (fisico, artistico, culturale, imprenditoriale) è unico al mondo per bellezza, profondità, coraggio, creatività, generosità, umanità. Occorre esserne consapevoli e metterlo a frutto per uscire da una crisi epocale. Occorre valorizzare ulteriormente lo stile di vita italiano, la capacità creativa della moda e del design, senza timore che l'Italia sia considerata un paese leggero. Ma non solo. Il patrimonio incalcolabile di bellezze naturali e artistiche deve trovare una valorizzazione nel turismo, che produce risorse da reinvestire soprattutto nella conservazione del territorio e della sua unicità.

2 Il digitale, il big Data, l'intelligenza artificiale hanno avviato una rivoluzione produttiva senza precedenti nella storia dell'Umanità. L'Italia è all'avanguardia nel digitale, nel big Data, nell'intelligenza artificiale, occorre quindi che questa nuova cultura, unita all'umanesimo di cui il paese è impregnato, venga diffusa a tutti i livelli, cominciando dalla scuola elementare. Occorre che il primato di secondo paese manifatturiero d'Europa sia difeso e sviluppato proprio grazie alla valorizzazione dei primati, finora conosciuti, nella tecnologia rivoluzionaria del digitale, di cui fa parte anche il primato nelle stampanti 3D. Occorre la piena coscienza che nelle scienze derivate dal digitale l'Italia è ai livelli più alti. Con strumenti e conoscenze che possono rafforzare, attraverso la scienza della vita, anche il primato di secondo paese al mondo per longevità. Un paese in cui la medicina è un'altra eccellenza.

3 La rivoluzione avviata farà scomparire molti mestieri che dovranno essere sostituiti da nuovi mestieri e professionalità per le quali il terzo settore, quello interpretato dalle Onlus nel sociale e nell'economia di vicinanza, potrà essere un terreno fertile e quindi ricco di nuovi posti di lavoro.

4 L'Italia è oggi uno dei primi cinque paesi al mondo per surplus nel settore manifatturiero oltre ad avere un attivo di 37 miliardi nella bilancia commerciale

complessiva. Ma molti più paesi diventeranno presto autosufficienti nella manifattura e nei servizi, anche senza misure protezionistiche. Per mantenere la forza dell'export il paese deve lavorare allo sviluppo di tecnologie. Robotica e automazione sono settori in cui l'Italia, essendo già un leader mondiale, deve sviluppare nuove piattaforme hardware, perché è l'hardware che impone la creazione del software e quindi lo sviluppo dei servizi e quindi dei posti di lavoro. L'Italia ha la capacità di definire nuovi standard sul mercato e di creare mercati che non esistono.

5 Altri settori da sviluppare sono: scienze della vita, food e agri tecnologie per la scienza della nutrizione, packaging innovativo, tecnologie per il ciclo dell'acqua e per quello dei rifiuti, modelli predittivi e supercomputazione applicati a diversi settori, compreso l'ambiente e il sociale, trasporti e automotive e i motocicli, tecnologie per i beni culturali e digital humanities. Per questo serve potenziare la coscienza delle enormi conoscenze di cui l'Italia dispone.

6 Quanto al sistema socio-economico il capitalismo globale, pur vincente, è inquinato da eccessi della finanza: assunzione esagerata di rischi, leverage, opacità. Non deve ripetersi la colossale distruzione di ricchezza degli ultimi otto anni. Inoltre l'eccessiva ineguaglianza, cresciuta anche nelle società occidentali, rende il capitalismo meno inclusivo, riduce la partecipazione, unica leva per sviluppare pienamente il potenziale di crescita economica e civile. Un nuovo contratto sociale, anche se tacito, deve essere realizzato. Tutti i Numeri 1 hanno sottolineato i doveri sociali degli imprenditori. Se non si restituisce alla società una parte della ricchezza creata lo sviluppo si affievolirà.

7 L'Italia deve lottare perché, nel settantacinquesimo anniversario del Manifesto di Ventotene scritto da Altiero Spinelli, l'Europa diventi un vero stato federale, dove tutti gli europei si sentano cittadini europei ed uguali, dove gli egoismi cedano il passo al desiderio e

all'opera per un progresso comune, un nuovo umanesimo di cui la storia italiana è, per la sua storia, il modello.

8 Ma l'Italia deve non solo contestare il rigorismo esasperato della Germania e dei paesi che la seguono, dietro il quale si nasconde egoismo, ma deve mettere a frutto la ricchezza del paese, valorizzando i capitali dei privati, con il taglio del debito dello Stato nel suo complesso. Un debito pubblico esorbitante come quello attuale non si riduce solo con la crescita perché esso stesso frena lo sviluppo, drena risorse, espone ad attacchi selvaggi della speculazione alla ricerca di nuovi profitti, magari per la perdita di potere a causa della caduta del prezzo delle materie prime e in particolare del petrolio o per il rallentamento della crescita economica globale che riduce i margini. Lo Stato italiano nel suo complesso, inclusi quindi gli enti locali, deve fare come tutte le aziende indebitate che però possiedono asset: devono venderli per recuperare slancio e scongiurare crisi come quelle del 2011.

9 L'Italia deve cessare di essere uno dei paesi al mondo dove è più costoso produrre e più complicato avviare e gestire nuove imprese. La tassazione grava ancora troppo sul lavoro e sulle aziende. Una riforma deve eliminare questi scompensi.

10 Tutto ciò ha come fondamento un collegamento reale, non formale, tra scuola, università e mondo dell'impresa senza ideologismi ma basato sulle reali necessità della nuova economia e della data science. Naturalmente con il dovuto coordinamento del governo. Per questo, questo speciale Manifesto non potrà non finire sulla scrivania del presidente Matteo Renzi.

A2A, Abi, Alfa Romeo, Alitalia, Amplifon, Astaldi, Azimut Benetti, Banca Mediolanum, Banzai, Be Think Solve, Execute, Beretta Holding, Bianchi Industrial, Bracco, Brembo, Brunello Cucinelli, Cairo Editore, Calligaris, Cassa Depositi e Prestiti, Centro Cardiologico Monzino, Cristina Rubinetterie, De Cecco,

Diamond Love Bond, Discovery, Dynamo Camp, E. Marinella, Enel, Esselunga, Euroitalia, Fincantieri, Finmeccanica, Fiocchi Munizioni, Fondazione Golinelli, Fratelli Branca Distillerie, Gewiss, GfK, Gruppo Azimut, Gruppo Ferrarini, Gruppo Generali, Gr. Ospedaliero San Donato, Gruppo Piaggio, Herno, iGuzzini, Interpump, Intesa Sanpaolo, Italcementi, IVRI, Kartell, Lavazza, L&P Investimenti, Marchesi de Frescobaldi, Mocauto Group, Moncler, Mondadori, Natuzzi, Nonino, Ntv Nuovo Trasporto Viaggiatori, Octo Telematics, Peck, Pirelli, Poste Italiane, Prada, Premiati Oleifici Barbera, Prysmian Group, Qui! Group, Radio Italia, Res MediaGroup, Recordati, Riso Scotti, Romeo Gestioni, Salmoiraghi & Viganò, Salvatore Ferragamo, Saras, Sea, Teatro alla Scala, Technogym, Terna, The Italian Sea Group, Tim, Tip-Tamburi Investment Partners, Tod's, UniCredit, Unipol, Università, Telematica Pegaso, Uvet

