

# Innovazione e sostenibilità: opportunità e sviluppo a sostegno delle future generazioni

L'Associazione Nazionale Giovani Innovatori ha la finalità di proporsi in Italia e nel mondo come punto di riferimento per l'innovazione, sviluppandola in tutte le sue declinazioni, promuovendo il tema della cultura, della formazione, delle nuove tecnologie e sviluppando sinergie in maniera trasversale tra privati, scuole, università, aziende, associazioni di categoria e istituzionali nazionali ed internazionali.

DOI 10.12910/EAI2023-042



di **Gabriele Ferrieri**, *Presidente ANGI – Associazione Nazionale Giovani Innovatori*

**L'**innovazione, la transizione ecologica e digitale, i nuovi paradigmi energetici e lo sviluppo della IA saranno i cardini dello sviluppo economico mondiale. Negli ultimi anni la consapevolezza di operare in modo sostenibile all'insegna del digitale, mettendo al centro i giovani e il futuro delle prossime generazioni, è stato un punto fermo della politica dell'Unione Europea. Un'azione necessaria e obbligata che nasce sia dalla congiuntura pandemica che dalla necessità di proiettare tutti gli stati membri verso un futuro in cui la sostenibilità e il progresso economico e sociale siano le basi per un avvenire prospero e pacifico. Visione che è stata il principio ispiratore dell'operato dell'ANGI – Associazione Nazionale Giovani Innovatori, punto di riferimento dell'innovazione

in Italia e promossa e patrocinata dalle maggiori istituzioni italiane ed europee.

## La storia dell'ANGI e dei giovani innovatori italiani

**L'Associazione Nazionale Giovani Innovatori ha la finalità di proporsi in Italia e nel mondo come punto di riferimento per l'innovazione, sviluppandola in tutte le sue declinazioni, promuovendo il tema della cultura, della formazione, delle nuove tecnologie e sviluppando sinergie in maniera trasversale tra privati, scuole, università, aziende, associazioni di categoria e istituzioni nazionali ed internazionali.** Alcuni tra i maggiori influencer, professionisti ed imprenditori, insieme ad importanti esponenti della società civile e della classe dirigente, hanno deciso di riunirsi sotto il ma-

nifesto comune della mission che ANGI intende perseguire.

L'ANGI può contare su una community di oltre 5mila sostenitori in Italia e nel mondo composta dagli amanti del mondo innovazione: dalle scuole alle università, dalle istituzioni alle imprese, dalle fondazioni alle onlus fino ai giovani, ai professionisti e ai ricercatori che rappresentano la linfa vitale del nostro futuro.

Rappresentante dei giovani innovatori italiani e capofila di un network di partner internazionali tra Francia, Germania, Stati Uniti, Sud America, Spagna, Portogallo, Svizzera e Malta.

L'Associazione svolge numerose attività: da grandi eventi, convegni e seminari presso le istituzioni a programmi di alta formazione con i migliori atenei del territorio italiano ed europeo, missioni internazio-

nali all'estero e programmi di open innovation con il mondo corporate, da interlocuzioni con il Governo per progetti di innovazione legislativa al nostro centro studi di ricerca e analisi con il primo osservatorio dedicato a giovani e innovazione, da progetti di sinergia tra pubblico e privato alla creazione e divulgazione di contenuti scientifici.

### **PNRR e rilancio del "Made in Italy" all'insegna della sostenibilità**

In questa fase di transizione ecologica, energetica e digitale fondamentale sarà l'attuazione dei fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, ma altrettanto di impatto sarà il cooperare tra attori del mondo pubblico e privato per indirizzare l'operato legislativo verso le esigenze sia della cittadinanza che degli operatori economici. Con l'obiettivo di trovare questa perfetta sintesi, **l'ANGI ha attuato e sottoscritto un importante protocollo d'intesa con il Ministro Adolfo Urso e il Ministero delle Imprese e del Made in Italy per supportare tutto il percorso di innovazione a sostegno delle imprese e dell'ecosistema Paese.**

Dai dati presentati lo scorso 30 marzo al Ministero (MIMIT) presso la prestigiosa cornice di Palazzo Piacentini alla presenza del Ministro Urso, l'Osservatorio di ANGI Ricerche in collaborazione con Lab21.01 ha evidenziato come i prodotti italiani nel mondo sono apprezzati e valorizzati quasi in maniera plebiscitaria a prescindere dal Paese in cui vengono esportati.

Ma come giudicano gli italiani i prodotti "Made in Italy"? 8 italiani su 10 (79,8%) nel momento dell'acquisto di un prodotto ritengono importante che sia targato "Made in Italy", percentuale di gradimento che arriva a toccare quota 85,9% per coloro che ritengono che sia molto o abbastanza



importante che il prodotto acquistato abbia il bollino "fatto in Italia". Infatti non solo gli stranieri ma anche gli italiani cercano e apprezzano in maniera distintiva il tricolore come garanzia di qualità ed eccellenza.

I principali settori del Made in Italy pongono al primo posto l'abbigliamento (38,2%), seguito dal settore alimentare (29,7%), dall'arredamento (19,7%) e dall'automazione (12,4%). L'agroalimentare è, ad oggi, il primo settore dell'economia reale italiana: per numero di occupati (1,3 milioni nel 2022), valore della produzione (201 miliardi di euro nel 2020) e valore aggiunto (64 miliardi di euro nel 2022). Attenzione però, come spesso accade, le eccellenze vengono imitate e contraffatte; cosa fare dunque per arginare la contraffazione? Gli italiani anche qui hanno le idee chiare, al primo posto c'è il controllo da parte delle autorità preposte (32,4%), l'autenticazione dei prodotti (27,8%), gli accordi tra gli stati (21,2%) e la tracciabilità sicura (18,6%). Per favorire il Made in Italy, al primo posto il sostegno economico – fiscale alle imprese italiane con il 35,8% delle preferenze, al secondo

posto con il 34,7% troviamo le iniziative promozionali per le imprese e in terza posizione il supporto alle imprese con analisi dei mercati esteri.

### **L'importanza della cybersicurezza**

**Un corretto processo che punti ad un perfetto efficientamento della transizione ecologica e digitale non può non guardare alla sicurezza cibernetica per la salvaguardia dei dati e per la protezione dei sistemi volti a tutelare i siti critici dello stato.** Su questo l'ANGI si è attivata da diverso tempo, avviando collaborazioni importanti con le università, con i delegati della Sicurezza della Repubblica alla Presidenza del Consiglio e soprattutto con gli organi preposti quali l'ACN (Agenzia per la cybersicurezza nazionale), il DIS (Dipartimento delle informazioni per la sicurezza) e la Polizia Postale. Di grande impatto la manifestazione promossa dall'ANGI lo scorso 12 aprile, nel giorno dell'anniversario della nascita della Polizia di Stato, in cui ha evidenziato rischi e opportunità sul tema con i massimi esperti ed esponenti del gotha del mondo cy-

ber. Anche qui di particolare interesse l'Osservatorio di ANGI Ricerche in collaborazione con Lab21.01 sullo stato della cybersicurezza in Italia. Generalmente gli italiani condividono dati riguardanti informazioni anagrafiche di base (58%); il 27% dati delle proprie carte di credito; il 12% documenti di identità personali e il 3% Pin e Password personali. Rispetto allo scorso anno (precedenti rilevazioni ad aprile 2022) **crescono coloro che ritengono che ci debba essere un investimento maggiore da parte del Governo per la protezione in ambito cybersecurity (72% - +3% rispetto al 2022) mentre di contro diminuiscono coloro che ritengono che la cybersecurity debba essere insegnata come materia scolastica già nei cicli di studio primario (-2% rispetto al 2022).**

**Poco informati gli italiani su che cosa sia realmente un attacco informatico e poca anche la dimestichezza con termini tecnici** manifestando, in maniera sincronica, l'esigenza che ci siano degli attori preposti al tema della Cybersecurity ponendo al primo posto le "Agenzie governative dedicate" (34%; +2% rispetto al 2022) seguite dal "Ministero della Difesa" (25%; +2% rispetto ad un anno fa); in crescita anche "i Centri e gli Osservatori privati" (17%; + 1%); in calo la "Comunità Europea" (19%; -2%); "Le singole aziende" (3%; -2% rispetto al 2022) e "I privati cittadini" (2%; -1%).

Infine, 9 italiani su 10 non conoscono le "Polizze Cyber" e di conseguenza è basso anche il livello di coloro che l'acquisterebbero preventivamente (7%) mentre molto interessati risultano i giovani professionisti che lavorano già in ambito sicurezza informatica e protezione dei dati personali (67% si dichiarano interessati all'acquisto di una polizza assicurativa RC professionale personalizzata)."

## Il Green Deal europeo

**Importante, anzi fondamentale, il percorso portato avanti dall'Europa sul Green Deal, che guarda ad un'economia digitale sostenibile e che salvaguardi l'ecosistema ambientale perseguendo gli obiettivi di sostenibilità per una vera e propria green economy.**

Di particolare importanza il lavoro svolto qui dall'ANGI in collaborazione con gli Uffici del Parlamento Europeo che proprio lo scorso 20 giugno a Roma presso lo Europe Experience "David Sassoli" ha affrontato il tema dell'innovazione e della mobilità del futuro insieme ai principali operatori del mondo corporate insieme al prezioso contributo tecnico scientifico dell'agenzia ENEA e del Cnr.

L'occasione è stata utile anche per presentare i dati dell'Osservatorio ANGI Ricerche in collaborazione con Lab21.01 sullo stato e la percezione dei punti fondanti della green economy.

Un italiano su 3 si ritiene informato sul tema della carbon neutrality (32% si; 68% no) mentre il 68,9% si dichiara favorevole all'applicazione di questa linea legislativa in materia di sostenibilità applicata però al segmento della mobilità. In generale gli italiani si dimostrano maggiormente propensi all'utilizzo di mezzi elettrici 51,4%, seguiti dai mezzi a carburante 26,8%, dai mezzi a idrogeno 18,7% e dalle altre tipologie di mezzi di trasporto 4,3%. **Sei italiani su 10 si dichiarano favorevoli alla regolamentazione europea per l'azzeramento della CO<sub>2</sub> per auto e furgoni entro il 2035 (59,3% si 40,7% no).**

Netto il giudizio degli italiani sull'idoneità delle attuali stazioni di ricarica elettrica in vista delle esigenze future per la mobilità sostenibile: solo il 7,3% del campione totale degli intervistati ritiene la diffusione

e la capillarità delle attuali aree di ricarica congrue a reggere l'impatto futuro. Tra le varie istituzioni preposte a trattare il tema dei processi della transizione energetica gli italiani vedono al primo posto il parlamento italiano (47,6%), in seconda posizione, con il 29,4%, il parlamento europeo; in terza e quarta posizione si collocano le aziende private (12,5%) e gli altri enti pubblici (10,5%). In conclusione, il 59,3% degli italiani ritiene che ci dovrebbero essere più incentivi.

## Il ruolo della pubblica amministrazione: più smart e meno burocratizzata

**In una fase di sviluppo e di crescita, risulta fondamentale avere una pubblica amministrazione che possa agire con efficacie ed efficienza, ottimizzando e aderendo a quei processi innovativi che gli possano permettere di essere sempre più smart, disincentivando azioni eccessivamente burocratizzate che invece potrebbero frenare la crescita economica e sociale.**

Di fondamentale importanza anche su questo tema il lavoro promosso dall'ANGI - Associazione Nazionale Giovani Innovatori che lo scorso maggio, all'interno del Forum PA, ha portato avanti un importante dialogo con gli operatori della PA digitale, anche attraverso la presentazione del suo Osservatorio sullo stato della Pubblica Amministrazione.

Il 52,5% degli intervistati dichiara infatti di avere una valutazione non sufficiente per la Pubblica Amministrazione. Le principali priorità individuate dal campione di riferimento vedono al primo posto la possibilità di ricevere assistenza in tempo reale (34,9%), ridurre i tempi di attesa per ricevere i documenti (25,7%) e più in generale risolvere i problemi dei cittadini.

Ma quali sono i settori o le aree dove i cittadini utilizzano maggiormente i servizi della Pubblica Amministrazione? Al primo posto, con 47,2%, troviamo la “salute” seguita “dall’anagrafe” (30,7%) e “tasse” (22,1%). Continua a essere radicata nella mente degli italiani l’immagine della Pubblica Amministrazione come un carrozzone statale governato principalmente dalla burocrazia. **Proprio la burocrazia, infatti, rappresenta per gli italiani uno dei principali limiti e problemi nell’avvicinarsi all’Amministrazione Pubblica.** La soluzione maggiormente apprezzata dagli italiani è la trasparenza che porta con sé alcuni benefici determinanti come: la diminuzione della corruzione (69,2%); l’aumento della meritocrazia (55,1%); l’aumento della qualità dei servizi (40,2%) e più in generale l’aumento dell’efficienza. Cosa dovrebbe fare dunque una Pubblica Amministrazione per avvicinarsi sempre di più al mondo delle startup e dell’innovazione? Al primo posto fornire tutta la documentazione digitale (30,4%), assistere i giovani imprenditori nel percorso di lancio della società (29,6%); fare delle procedure semplificate per le imprese innovative (22,6%) ed eliminare o ridurre i tempi di attesa (17,4%). 7 italiani su 10 in fine ritengono che la Pubblica Amministrazione possa innovarsi collaborando proprio con le startup e le PMI Innovative.

### Sfide e opportunità sui nuovi mega trend dell’innovazione e della sostenibilità

Possiamo pertanto affermare, in conclusione della nostra analisi, che molteplici sono le sfide da seguire e tanti i traguardi ancora da raggiungere, la strada intrapresa è quella giusta ma occorre fare molto di più. **L’ANGI – Associazione Nazionale Giovani Innovatori in questo con-**

**testo si è fatta portavoce con il Governo italiano, le istituzioni europee e i grandi operatori economici italiani ed internazionali, di un appello per il rilancio dell’ecosistema paese all’insegna dell’innovazione e della sostenibilità, mettendo al centro le future generazioni, mediante un patto pubblico privato in cui sviluppare solide basi per lo sviluppo economico e sociale dell’Italia e dell’Europa.**

Kermesse avvenuta all’interno della prestigiosa sede della Borsa di Milano a Palazzo Mezzanotte lo scorso 6 giugno con il gotha delle grandi imprese e delle istituzioni (tra cui il Ministro dell’ambiente Gilberto Pichetto Fratin, il Viceministro alle Imprese e al Made in Italy Valentino Valentini, il Sottosegretario all’Istruzione e al Merito Paola Frassinetti e il Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega al CIPE Alessandro Morelli).

L’occasione è stata propizia anche per presentare i dati su tutte le principali tendenze tecnologiche e innovative. L’AI non è una minaccia, può essere invece una risorsa. **Gli under 35, a differenza delle generazioni che le precedono, non temono affatto l’intelligenza artificiale. Per loro anzi si tratta di una nuova “frontiera” densa di opportunità, che rappresenta il primo motore dell’innovazione e il principale trend della transizione ecologica digitale: è quello che emerge dalla seconda edizione del Rapporto Giovani, innovazione e transizione digitale, stilato dall’Osservatorio su Innovazione e Digitale e promosso da ANGI Ricerche, in collaborazione con Lab21.01.**

Il rapporto è stato presentato nel corso dello **Young Innovators Business Forum**, la manifestazione dedicata all’innovazione, alle nuove generazioni e al loro connubio. L’evento

si propone di accendere i riflettori, grazie alle maggiori testimonianze del mondo istituzionale, economico, imprenditoriale e accademico, sulle principali sfide tecnologiche del nostro Paese, fornendo una panoramica sui principali indici di crescita e sviluppo, sulle opportunità e sui nuovi trend, oltre che sulla transizione ecologica e digitale.

Secondo quanto emerso dallo studio, dunque, le nuove generazioni dimostrano grande fiducia nell’AI – il 20% ritiene che il nostro futuro è l’intelligenza artificiale – e questo sottolinea un decisivo cambio di rotta rispetto alle generazioni precedenti che invece continuano a ritenere dominanti altre tendenze come l’e-commerce, individuato come megatrend del futuro dal 10% degli italiani in generale contro il 3% degli under 35, gli smart places (quasi il 15% contro il 4% dei giovani), e l’entertainment (il 15% contro il 12%).

“Appare evidente una divergenza generazionale nelle aspettative e nelle rappresentazioni del futuro del mercato. Ciò che ha significato un ponte per il futuro negli ultimi anni, per gli under 35 è ormai un asset della vita quotidiana. Su tutti, l’e-commerce, ad oggi integrato nel ciclo di vita dei prodotti e surclassato dalle nuove frontiere tecnologiche e digitali”, ha commentato Roberto Baldassari, Direttore del Comitato Scientifico di ANGI, l’Associazione Nazionale Giovani Innovatori, organizzazione nazionale no profit interamente dedicata al mondo dell’innovazione in tutte le sue forme.

### Arginare la fuga dei cervelli

**Gli under 35 nutrono pochi dubbi anche su un’altra questione centrale nel mondo del lavoro di oggi, che contribuisce a scavare il divario già profondo fra le generazioni: per i giovani, infatti, andare a lavorare**

all'estero è sempre meno una scelta ed è sempre di più una necessità. La fuga dei cervelli rappresenta infatti un problema importante per il 90% dei giovani contro il 70% degli italiani in generale. Per gli under 35 è infatti sempre più difficile trovare il proprio posto nel mondo del lavoro in un Paese come l'Italia, e spesso l'estero rappresenta invece un'occasione per dimostrare e vedere riconosciuto il proprio talento.

I problemi maggiori segnalati nel mercato del lavoro italiano sono le richieste di esperienze minime, che spesso i giovani non hanno occasione di costruire, e che rappresentano un ostacolo già in fase di selezione; a seguire la scarsa propensione delle aziende ad assumere, ma anche il paradosso per cui un laureato è spesso giudicato troppo qualificato. Tra le altre cause segnalate non mancano nemmeno la saturazione dei settori d'interesse e le offerte poco gratificanti.

Le difficoltà segnalate dai giovani al momento dell'ingresso nel mondo del lavoro, subito dopo il diploma o la laurea, rendono questo passaggio una delle fasi più critiche del percorso professionale dei giovani, che viene però anticipata da un col-

**legamento non adeguato tra la formazione e le aziende:** per gli under 35, gettare un ponte tra mondo professionale e mondo della formazione sarebbe prima di tutto compito delle università (lo hanno dichiarato il 53,7% degli under 35 contro 41,3% del campione totale) e dello Stato (51,7%).

Ma emerge anche qualche dato incoraggiante: **un fattore importante in cui gli under 35 dimostrano di avere fiducia per lo sviluppo del mercato del lavoro è quello dell'innovazione digitale, che insieme alla sostenibilità, potrebbe rappresentare una speranza per invertire la rotta. Al primo posto tra quelli valutati dai giovani come i principali elementi di innovazione di un'azienda troviamo gli investimenti in strumenti, macchinari e tecnologie all'avanguardia, a cui fanno seguito un gruppo dirigenziale giovane e la conoscenza degli strumenti digitali.**

Le aziende del futuro dovranno poi obbligatoriamente integrare nei propri modelli di business – per affiancare la sensibilità dei consumatori e attrarre nuovi talenti – la **sostenibilità d'impresa:** l'integrazione di valori e del modello di governance di un'impresa con i principi della

sostenibilità è infatti importante per il 38,7% dei giovani. Subito dietro (31,2%) la sostenibilità del prodotto (o servizio) durante il ciclo di vita, in linea con i principi dell'economia circolare, e la trasversalità della sostenibilità in tutte le funzioni e in tutti i processi aziendali: per i giovani conta “cosa l'azienda fa” ma anche il “modo in cui lo fa”.

Non solo una questione ambientale però. La sostenibilità d'impresa coinvolge anche un altro problema particolarmente accusato dalle nuove generazioni: il gender gap, visto che le donne restano ancora in gran parte tagliate fuori dalla tecnologia e non vedono il proprio ruolo riconosciuto come innovatrici nel mondo digitale. Per il 69,2% degli intervistati tra i 18 e i 34 anni, infatti, le donne sono poco o per nulla riconosciute nel mondo tech.

Ultima questione, ma non per importanza, è il tema della Cybersecurity a scuola: per il 25% dei giovani, infatti, è necessario portarla in classe già dalla scuola primaria.

Se ormai il digitale infatti permea tutte le nostre attività quotidiane, altrettanto importante diventa la consapevolezza su come proteggersi dai cyber attacchi.