

Istat: Le competenze professionali nel mercato del lavoro italiano

L'Istat diffonde i principali risultati del modulo ad hoc sulle competenze professionali inserito nella Rilevazione sulle forze di lavoro condotta nel corso del 2022. Il modulo è stato compilato dalle persone di età compresa tra i 16 e i 74 anni, occupate o non occupate da meno di due anni, alle quali è stato chiesto di indicare il tempo dedicato a una serie di attività facendo riferimento alla situazione abituale nel lavoro principale.

Si tratta, in particolare, di informazioni sulla quantità di tempo dedicato all'utilizzo di strumentazione digitale, alla lettura di documentazione tecnica o all'effettuazione di calcoli complessi, ad attività fisiche impegnative o che richiedono destrezza e precisione, alle relazioni comunicative e formative e ad alcuni aspetti che caratterizzano la modalità di conduzione del lavoro, quali il grado di autonomia, la ripetitività dei compiti e il rigore nelle procedure lavorative.

La misura del tempo dedicato allo svolgimento di una determinata attività è stata utilizzata come *proxy* di una specifica *skill*. La capacità di svolgere alcune attività è stata quindi osservata nella prospettiva dell'output, ovvero ciò che realmente viene praticato nell'esercizio del proprio lavoro.

Prospetto 1. le competenze professionali DEGLI OCCUPATI per grado Di utilizzo. Anno 2022.

Valori percentuali.

TIPOLOGIA DI SKILL ^(a)	Alto	Basso	Assente	Non sa	Totale
TECNOLOGICHE					
Utilizzo strumenti digitali (<i>digitali</i>)	37,1	27,9	32,9	2,1	100,0
COGNITIVE					
Lettura documentazione tecnica (<i>lettura</i>)	13,8	49,2	34,2	2,8	100,0
Esecuzione calcoli complessi (<i>calcolo</i>)	10,0	34,4	53,0	2,7	100,0
FISICO-MOTORIE					
Utilizzo della forza fisica (<i>forza</i>)	37,4	26,2	34,3	2,2	100,0
Uso preciso delle dita (<i>destrezza</i>)	23,2	22,1	52,1	2,6	100,0
RELAZIONALI					
Comunicazione interna (<i>com. interna</i>)	36,1	49,1	12,0	2,9	100,0
Comunicazione esterna (<i>com. esterna</i>)	28,6	44,6	24,0	2,9	100,0
Consulenza, formazione (<i>formazione</i>)	17,4	35,9	43,6	3,1	100,0
AUTONOMIA					
Autonomia nella sequenza dei compiti (<i>aut. ordine</i>)	44,7	39,0	13,4	2,9	100,0
Autonomia nella definizione dei contenuti (<i>aut. contenuti</i>)	38,8	42,1	16,1	3,0	100,0
GESTIONE					
Esecuzione compiti ripetitivi (<i>ripetitività</i>)	44,2	44,8	8,2	2,8	100,0

Rispetto di procedure rigorose (<i>procedure</i>)	42,5	36,5	17,7	3,2	100,0
---	------	------	------	-----	-------

(a) Tra parentesi sono indicati i nomi sintetici delle competenze utilizzati nel seguito.

Fonte: Istat, Rilevazione sulle forze di lavoro, 2022.

Le competenze considerate nel modulo sono state organizzate per aree o ambiti tematici; ad esempio, le competenze di lettura e calcolo rientrano nell'area più generale delle abilità cognitive, intese come processi attraverso cui un individuo registra, mantiene, recupera e usa informazioni. Similmente, la forza fisica e la destrezza rientrano nell'area delle abilità fisico-motorie (Prospetto 1).

L'illustrazione si concentra principalmente sui risultati riferiti agli occupati e fa riferimento alle aree di abilità, iniziando dalle competenze tecnologiche, cognitive e fisico-motorie e proseguendo poi con le competenze relazionali e, infine, con le modalità di svolgimento del lavoro nelle tre dimensioni dell'autonomia, della ripetitività e del rispetto di procedure fortemente standardizzate. L'analisi prende in esame sia le caratteristiche socio-demografiche del lavoratore (età, sesso, titolo di studio, cittadinanza) sia la professione svolta, utilizzando la classificazione delle professioni (CP2011) a livello di *grande gruppo* e scendendo a livello di *gruppo* nei casi di particolare interesse.

Il paragrafo finale è dedicato agli ex-occupati, che hanno smesso di lavorare da meno di due anni, e mette in luce le differenze con gli occupati.

Quasi i due terzi degli occupati utilizza *digital skill*

Nel modulo ad hoc le competenze tecnologiche vengono rilevate tramite il tempo impiegato nell'uso di strumenti digitali. Le *digital skill* fanno riferimento all'insieme delle abilità tecnologiche che consentono di individuare, utilizzare,

condividere e creare contenuti mediante tecnologie informatiche e Internet, potendo spaziare dalle competenze di base – come l'uso del computer – a quelle più specifiche ed evolute, come la scrittura di codici o lo sviluppo di sistemi *software* per l'intelligenza artificiale.

Il 37,1% degli occupati svolge attività che richiedono l'utilizzo di apparecchiature digitali per almeno la metà del tempo di lavoro (nella media dei paesi Ue la percentuale è del 41,2%), mentre il 32,9% non utilizza mai tali apparecchiature (27,5 in media europea).

Le percentuali più basse di utilizzo delle *digital skill* si riscontrano tra gli stranieri (7,8%) e le persone meno istruite (9,1%). A utilizzare maggiormente la strumentazione digitale per svolgere l'attività lavorativa sono gli occupati di 30-44 anni, mentre nella classe 15-29 anni si registra la percentuale più alta di coloro che non utilizzano affatto questa competenza (36,5%). Nel complesso degli occupati la percentuale di donne che utilizzano strumentazione digitale per almeno metà del tempo di lavoro è decisamente più alta rispetto a quella degli uomini (42,1 e 33,4%, rispettivamente).

L'uso massiccio della strumentazione digitale – sia per operazioni basilari (come ad esempio spedire email, occuparsi dei canali social e della comunicazione) sia per attività più complesse basate sull'utilizzo di *software* o applicativi gestionali – caratterizza in particolar modo l'attività degli impiegati (Figura 1), che nell'80,9% dei casi dedicano almeno la metà del tempo lavorativo ad attività di tipo digitale, soprattutto se addetti alle funzioni di segreteria, ai movimenti di denaro o all'assistenza clienti. Tra gli impiegati le quote più elevate si riscontrano tra le donne (88,5%) e i laureati (89,1%) e un elevato utilizzo di competenze digitali si riscontra anche tra coloro che svolgono professioni intellettuali e scientifiche o tecniche: per entrambi, circa i due terzi dichiarano di utilizzare per la

maggior parte della giornata lavorativa pc, *tablet* e *smartphone*. Tra le professioni intellettuali e scientifiche, la quota di quanti dedicano almeno la metà del tempo lavorativo ad attività di tipo digitale, è elevata per gli uomini (74,2%) e per i laureati (67,4%), sfiorando il 90% per gli specialisti in scienze matematiche, informatiche, chimiche, fisiche e naturali, per gli ingegneri e gli architetti. Tra le professioni tecniche, la quota supera l'80% per coloro che lavorano nell'organizzazione, nell'amministrazione e nelle attività finanziarie e commerciali.

L'utilizzo delle *digital skill* è abbastanza diffuso anche tra i legislatori, imprenditori e l'alta dirigenza, che in oltre la metà dei casi le utilizzano per almeno la metà del tempo di lavoro: la percentuale sfiora il 60% tra le donne e arriva al 77,6% tra chi possiede un titolo di studio terziario. Scendendo nel dettaglio, tuttavia, i comportamenti sono diversi tra i gruppi professionali: i corpi legislativi, i dirigenti dell'amministrazione pubblica così come gli imprenditori, gli amministratori e i direttori di grandi aziende ricorrono frequentemente alle *digital skill* in oltre il 75% dei casi, quota che tra gli imprenditori e i responsabili di piccole aziende scende al di sotto del 40%. Peraltro, il 13,8% di questi ultimi dichiara di non usare mai le tecnologie digitali nello svolgimento del proprio lavoro. Similmente un uso raro o nullo caratterizza gli operai specializzati o semi-specializzati, gli artigiani, gli agricoltori, i conduttori di mezzi o macchinari e coloro che svolgono professioni non qualificate; oltre il 90% dichiara, infatti, di usare poco o mai pc, *tablet* e *smartphone* nello svolgimento del proprio lavoro.

Natale in Piemonte: tradizioni e curiosità per un mese di magici eventi

Appena concluso il festeggiamento per la fine di un anno che ha visto il Piemonte tra le destinazioni mondiali numero uno per la classifica “Best in Travel” di Lonely Planet, la regione si è immersa nelle atmosfere natalizie con un cartellone di eventi dedicati al Natale nel più autentico spirito “made in Piemonte” presentato oggi nella Sala Stampa della Regione Piemonte.

Per più di un mese, da dicembre all’Epifania, il Piemonte è animato da un variegato programma di iniziative che attingono alle tradizioni legate al Natale, una delle matrici storico-culturali comuni alle diverse aree regionali, da valorizzare come parte integrante dell’identità del territorio.

Il contributo essenziale alla realizzazione del calendario natalizio piemontese è costituito dalle iniziative dei Comuni, insieme con i diversi soggetti pubblici e privati che hanno aderito **all’invito di Vittoria Poggio, Assessore alla Cultura, al Turismo e al Commercio della Regione Piemonte**. Rivolto a tutte le realtà locali con la richiesta di segnalare “cosa fare” durante il periodo natalizio nei rispettivi territori, l’invito ha permesso di raccogliere un’ampia varietà di proposte.

“Il nostro territorio è ricco di grandi tradizioni, fra le quali indubbiamente ricoprono un ruolo di rilievo quelle legate al periodo natalizio. Tra suggestivi mercatini, allestimenti di pregio e design, appuntamenti musicali e teatrali dedicati al tema del Natale, antiche rappresentazioni (come la tradizione del Gelindo che un po’ ovunque, nel nostro territorio, ci richiama a una forte autenticità), il Natale in

Piemonte si presenta come un momento intenso, ricco di una offerta variegata e di altissima qualità, che non fa altro che porre ancora più in risalto il vasto patrimonio culturale, artistico, storico e paesaggistico di cui disponiamo” – dichiara Vittoria Poggio, Assessore alla Cultura, al Turismo e al Commercio della Regione Piemonte – . “Ecco perché ho ritenuto non solo opportuno, ma doveroso, svolgere un ruolo che credo competa pienamente alla Regione: quello di raccordo, soprattutto in chiave comunicativa, di ciò che di bello e prezioso accade in Piemonte, così da essere cassa di risonanza per territori e comunità. Abbiamo iniziato da questo Natale, ma proseguiremo con analogo modus operandi anche per tutti gli altri periodi rilevanti dell’anno: penso, ad esempio, alla stagione del Carnevale, alle rievocazioni storiche, alle tradizioni per Pasqua e a tutto quanto potrà essere raccontato in modo unitario e sinergico, affinché i territori si arricchiscano l’un l’altro, beneficiando di una comunicazione integrata che non può far altro che accrescere le potenzialità attrattive della nostra regione”.

L’attività di raccolta e organizzazione degli eventi è stata curata da **VisitPiemonte – Regional Marketing and Promotion**, (la società *in-house* di Regione Piemonte e Unioncamere Piemonte per la valorizzazione agroalimentare e turistica del territorio), che si è, inoltre, occupata della realizzazione di un’apposita sezione sul sito di promozione turistica: www.visitpiemonte.com, corredata di tutte le informazioni utili e del programma completo.

Un patrimonio di grande attrattiva che piemontesi e visitatori sono invitati a scoprire per vivere le feste in convivialità e allegria: mercatini tradizionali, suggestive installazioni luminose, concerti e spettacoli teatrali, scintillanti alberi di Natale ed evoluzioni su piste di pattinaggio addobbate a festa. Inoltre, tante occasioni di incontro nella cornice aulica di alcune delle magnifiche **Residenze Reali Sabaude**, patrimonio mondiale UNESCO, già di per sé affascinanti

evocatrici di atmosfere magiche.

Un capitolo a parte merita la tradizione del presepe, che ogni anno si arricchisce di inediti allestimenti artistici nelle varie località piemontesi. Dalle rappresentazioni meccaniche ai presepi storici, dalle Natività in formato gigante ai presepi sull'acqua, fino ai mirabili gruppi scultorei che animano le cappelle di alcuni dei **7 Sacri Monti del Piemonte, patrimonio UNESCO**. Quello alla scoperta dei presepi del Piemonte è un vero e proprio "tour" da intraprendere per ammirare almeno alcuni degli esemplari più originali e preziosi.

Tra i tanti appuntamenti non mancano, poi, le esperienze *gourmet* per gustare prelibatezze dolci e salate della più tipica tradizione natalizia piemontese, golose testimonianze del variegato patrimonio artigianale e culturale del territorio in chiave gastronomica. A fare la parte del leone sono le "dolcezze", a cominciare dal morbido Panettone Basso Glassato Piemontese (PAT – **Prodotti Agroalimentari Tradizionali**, del Piemonte), preparato anche nell'insolita – quanto tradizionale – versione alla grappa di Moscato, da accompagnare ad una fumante tazza di cioccolata o di zabaione. Ancora, un tocchetto di torrone, a base di nocciola **Tonda Gentile delleLanghe** IGP, unica variante inserita dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali tra i (PAT). Infine, il tronchetto di Natale, un trionfo di cioccolato, panna e crema di marroni, versione zuccherina del ceppo che un tempo le famiglie contadine bruciavano nel camino la Notte di Natale, in segno di buon auspicio, aspettando la Messa di Mezzanotte.

Coronavirus: Filippa (Cnvv) al mondo politico, “attenti a parole e decisioni che impattano sull’economia”

Le parole e le decisioni di questi giorni possono avere un impatto economico importante. Invito a fare molta attenzione alle loro conseguenze.

Non usa mezzi termini il presidente di Confindustria Novara Vercelli Valsesia, **Gianni Filippa**, per commentare l’impatto sull’economia reale delle dichiarazioni degli esponenti del mondo politico in tema di Coronavirus.

“Le misure che saranno adottate in questa fase – aggiunge – possono essere decisive e con effetti che possono durare anni; per questo è fondamentale che prima di fare delle scelte si ascoltino le esigenze delle imprese. La situazione, infatti, è davvero molto seria”.

“Fra circa un mese, perché le nostre rilevazioni congiunturali fanno riferimento alle previsioni trimestrali delle aziende, sapremo, con dati alla mano, quali effetti del Coronavirus sono da loro attesi tra aprile e giugno in termini di produzione, ordini, investimenti, occupazione e altri indicatori. L’impatto non sarà positivo, ovviamente, ma sarà la sua entità a determinare quanto questa crisi sia davvero importante e a indicare quanto tempo sarà presumibilmente necessario per superarla”.

«Le informazioni che abbiamo attualmente a disposizione – prosegue Filippa – preannunciano comunque un impatto significativo sul secondo trimestre 2020 e probabilmente anche

sul terzo: si faranno prima di tutto sentire sull'industria gli effetti della caduta della domanda nel terziario, che è il comparto oggi più colpito. Ne è un esempio il crollo delle prenotazioni alberghiere per Pasqua: gli operatori delle nostre zone parlano di disdette "importanti", al punto che alcuni alberghi dei laghi stanno valutando di posticipare l'apertura al mese di maggio».

Fra le criticità principali per il suo territorio di riferimento, che Cnvv ha recentemente segnalato alle prefetture di Novara e di Vercelli, figurano la mancanza di liquidità e il "congelamento" del mercato interno, la possibile sospensione o revoca degli investimenti a causa del clima di incertezza, l'annullamento di tutte le principali fiere settoriali, tra cui ExpoComfort e il Salone del mobile, rinviato a giugno, con ripercussioni dirette e sull'indotto degli allestimenti fieristici e del catering.

Un problema che sta emergendo, inoltre, è relativo a casi di clienti del Nord Europa che richiedono stoccaggi, a spese del fornitore, fuori dal confine italiano a causa del timore di blocco delle frontiere, mentre alcuni autisti di Bulgaria, Romania e Slovacchia che prelevano o consegnano merce in Italia, al loro rientro sono stati posti in quarantena forzata.

A livello interno si è anche registrata la perdita di disponibilità delle merci di aziende bloccate negli hub logistici delle "zone rosse", mentre sono arrivate le prime segnalazioni di consegne di merci disdettate da alcuni Paesi perché prodotte da aziende del Nord Italia.

«Tutti da quantificare – conclude Filippa – sono poi gli impatti sull'export, da sempre trainante nelle nostre zone, anche a causa dell'impossibilità di confermare meeting e

visite commerciali all'estero in seguito al blocco delle tratte verso alcuni importanti Paesi e alle restrizioni degli arrivi provenienti dall'Italia.

Parallelamente c'è il danno legato alla mancata consegna di forniture, in modo particolare, ma purtroppo non soltanto, dalla Cina. In generale, ma a maggior ragione in questa situazione, quando si perde un cliente non lo si recupera, sempre che sia possibile farlo, facilmente e in breve tempo.

E in caso non si riesca a far fronte alle consegne i nostri competitor non ci dimostrano solidarietà, ma approfittano della difficoltà per danneggiarci, anche in termini di immagine, e tentare di rimpiazzarci.

Oltre al sostegno economico è quindi estremamente urgente per le imprese avere chiarezza e informazioni sulle strategie di profilassi e di controllo che saranno messe in atto dal Governo: abbiamo pianificazioni di produzione, di acquisto materie prime e di livello scorte di carattere strategico che, se mal governate, possono creare danni consistenti. Non possiamo permetterci di navigare a vista».

#Iorestoacasa, Allasia: “Solo così possiamo sconfiggere questa pandemia”

#IORESTOACASA. L'emergenza non è finita, purtroppo. La maggior parte dei piemontesi ha tenuto comportamenti di grande rispetto per le regole sanitarie legate al contagio Covid-19 ma non è assolutamente il momento di abbassare la guardia. E per dare un ulteriore segnale di cautela e attenzione, oggi

il messaggio a tutti i cittadini è anche visibile in piazza Castello, sede della Regione Piemonte. Un messaggio chiaro e inequivocabile che Giunta e Consiglio regionale hanno voluto rimarcare con uno **striscione di sei metri**, sulla facciata del Palazzo istituzionale.

Inoltre, un **totem con tre messaggi**, per giovani, anziani e cittadinanza tutta, su quanto sia importante essere responsabili in questo momento di emergenza, è stato posizionato davanti Palazzo Lascaris, sede del Consiglio regionale del Piemonte.

“Con queste campagne vogliamo sensibilizzare chi vive in Piemonte a compiere quei gesti di buonsenso che possono fare la differenza – sottolinea **Stefano Allasia**, presidente del Consiglio regionale – Stare a casa non deve essere considerata una restrizione, ma un’azione concreta per vincere una battaglia che richiede necessariamente la collaborazione da parte di ognuno di noi. Solo se continuiamo ad agire tutti insieme con responsabilità, possiamo finalmente sconfiggere questa pandemia”.

“ **#Iorestoacasa**” è l’invito che la Giunta e i Consiglieri regionali fanno a tutti i piemontesi. Sarà una Pasqua diversa per tutti noi. Pasqua e pasquetta a casa questo è l’appello che vi facciamo – dichiara il vicepresidente della Regione **Fabio Carosso**– Rispettiamo le ordinanze, siamo responsabili. Solo così riusciremo a far ripartire al più presto il nostro Piemonte e a ritornare al nostro lavoro e alle nostre abitudini”.

Ask To Design, al via l'iniziativa che mette in relazione progettisti e aziende piemontesi

Facilitare la connessione tra le piccole-medie imprese e i progettisti del territorio piemontese per avviare nuovi rapporti professionali e strutturare nuove reti di collaborazione, generando valore economico: è questo l'obiettivo di Ask to Design, il progetto lanciato da Circolo del Design e Camera di commercio di Torino con la partnership scientifica del Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino, che intende mettere direttamente in relazione progettisti e aziende.

A maggior ragione in una situazione come quella attuale, dove le attività commerciali e produttive sono chiamate a ripensare prodotti e processi, ad adottare nuove misure di sicurezza e a riorganizzare i flussi di lavoro, l'apporto del **design e la figura del progettista all'interno della definizione della strategia aziendale** diventano rilevanti per far fronte alle nuove emergenze.

Ask to Design nasce proprio dall'esigenza di **valorizzare la design community del territorio piemontese**, esaltandone le specifiche competenze e lavorando sulle sue connessioni interne, con un duplice obiettivo: da un lato attivando un **processo di formazione e sensibilizzazione all'interno delle PMI per aiutare le imprese a sviluppare la cultura del progetto all'interno del mondo aziendale**, permettendo loro di **entrare in contatto con i professionisti del territorio**; dall'altro, attraverso la **piattaforma digitale dedicata**, è in

grado di **dare voce alle molteplici sfaccettature del settore design del territorio piemontese**, dal **product** allo **strategic design**, dall'**interior** all'**exhibit**, dal **service design** all'**interaction design**, passando per il **graphic design**, l'**audio/video** e il **digital**.

Una **prima fase di test**, durata circa un anno, ha permesso di identificare bisogni e interessi e di offrire incontri di formazione rivolti a un primo gruppo di una **decina di piccole e medie imprese** con l'**obiettivo di renderle più consapevoli rispetto al concreto valore aggiunto che il design può apportare in azienda**. Il progetto vede attualmente **70 professionisti** iscritti alla piattaforma, progettata e realizzata insieme allo studio torinese di interaction design TODO, vincitore del bando di gara indetto dal Circolo del Design di Torino.

Come funziona Ask to Design? Le **piccole medie imprese** del territorio piemontese possono mandare una email a info@asktodesign.it per accedere al progetto e quindi alla totalità dei contenuti e dei servizi della piattaforma. L'iniziativa prevede poi un **percorso di sensibilizzazione e formazione** tenuto dal Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino insieme a Circolo del Design e Camera di commercio, associato a un **percorso di autovalutazione dell'azienda**.

Questa fase, utile a delineare le esigenze delle aziende e a promuoverne la consapevolezza rispetto al valore del **design inteso come strumento utile a migliorare processi, servizi, organizzazione e prodotti**, si svolge da remoto fino al termine dell'emergenza sanitaria. Una volta concluso l'iter formativo, le aziende possono caricare i brief di progetto, incluso il compenso economico che sono disposte ad offrire, e procedere

poi alla selezione del designer di cui avvalersi per realizzarli.

I **progettisti**, invece, dopo la registrazione sulla piattaforma, **possono rendere disponibile il proprio portfolio lavori** e scegliere a quale richiesta aziendale rispondere, mettendo a disposizione le proprie competenze.

La **piattaforma** diventa, quindi, uno strumento di lavoro e facilita il contatto e la contaminazione tra diverse professionalità, risultando **costantemente aggiornata** e di **facile consultazione**, grazie a un **sistema di filtri e tag** che consentono di cercare e identificare più agevolmente le informazioni di interesse.

Il 2019 è stato, inoltre, l'occasione per verificare l'efficacia del progetto anche nei confronti di aziende già caratterizzate da un focus specifico sul design: Pininfarina S.p.A. ha, infatti, potuto individuare i professionisti con cui realizzare un video aziendale.

Ask to Design vede il supporto delle associazioni di categoria piemontesi **Unione Industriale, CNA, API, Confartigianato**, importanti partner del progetto per la diffusione capillare del servizio e per la comunicazione alle PMI.

«Favorire l'incontro tra le aziende del territorio e i professionisti del design attraverso occasioni di formazione, presentazioni e una piattaforma on line per il matching di domanda e offerta: questo l'obiettivo del progetto Ask to

*Design, che oggi riprende il via dopo una prima fase pilota che ha già visto il coinvolgimento di 70 designer e di una decina di imprese – commenta **Dario Gallina**, Presidente della Camera di commercio di Torino. – Il design, infatti, può offrire risposte a domande ancora inesprese, contribuendo a rinnovare prodotti maturi o a lanciarne di nuovi, soprattutto in questo periodo dove creatività e idee inedite possono rappresentare investimenti strategici per la ripartenza».*

*«In Piemonte disponiamo di un tessuto territoriale ricco di valide competenze su diversi fronti del progetto – spiega il Direttore del Circolo del Design **Sara Fortunati** -. Negli anni ci siamo resi conto che spesso queste professionalità, che rappresentano le numerose sfaccettature del design, sono al lavoro per importanti aziende di altre regioni di Italia o addirittura estere, mentre crediamo che si debba lavorare ancora per migliorare il contatto con le imprese locali a favore di una crescita comune. Il nostro obiettivo è stato, quindi, intervenire per sviluppare un collegamento tra realtà professionali e creare maggior consapevolezza sul mondo progettuale tra le piccole e medie imprese del Piemonte, fornendo strumenti concreti per analizzare le esigenze aziendali e intervenire con le competenze più adeguate».*

*«Inoltre, all'interno del progetto Ask to Design è prevista un'azione di sensibilizzazione alle imprese sul valore che il Design può portare in azienda, coerente con la Terza Missione del nostro Ateneo – spiega **Claudia De Giorgi**, Docente di Design presso il Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino, responsabile insieme a Dorian Dal Palù del progetto Ask to Design per il Politecnico –: diffondere la cultura del design nel nostro territorio e creare un legame tra aziende e progettisti fa parte delle nostre mission. Stimolare la domanda di design è anche un modo per offrire un*

terreno fertile ai nuovi progettisti che si formano nelle scuole di Design piemontesi e che si affacciano sulla scena del design del nostro territorio».

Giancarlo Gonella, dopo 14 anni lascia la presidenza di Legacoop Piemonte

Giancarlo Gonella lascia la presidenza di Legacoop Piemonte dopo 14 anni:

“Una scelta per il rinnovamento generazionale della classe dirigente per avviare nuovi percorsi per lo sviluppo della cooperazione in Piemonte per i prossimi anni”.

Gonella, che il 12 agosto prossimo compirà 66 anni, era stato eletto presidente di Legacoop Piemonte per la prima volta nel giugno del 2006, l'anno delle Olimpiadi invernali a Torino, che vide il movimento cooperativo protagonista nella realizzazione di oltre il 50% delle opere e degli impianti sportivi.

Nel settembre successivo è stato eletto presidente dell'Associazione regionale delle cooperative di consumo.

Successivamente, membro del Consiglio di amministrazione di Novacoop e membro della Direzione nazionale di Legacoop. Venerdì 24 luglio 2020, presso l'Environment Park, Sala Kyoto, in Via Livorno 60 a Torino, la Direzione regionale, sentita la relazione del Coordinatore della Commissione per le candidature, procederà all'elezione del nuovo Presidente.

Sondaggio sul Passaggio generazionale: 44,5% degli artigiani ha oltre i 60 anni

La crisi causata dal Covid -19 ha colpito tutti i comparti dell'artigianato in maniera indistinta ma molte imprese si trovano in una situazione "anagrafica" più difficile, considerato che la maggioranza degli artigiani del nostro campione ha oltre i 60 anni e che presenta difficoltà ad effettuare un passaggio generazionale di competenze e saperi.

E proprio per misurare lo "stato di salute" delle imprese artigiane nella fase della ripresa, Confartigianato Torino ha predisposto un'indagine interna sul tema relativo al "passaggio generazionale" eseguita su un campione di associati, caratterizzato prevalentemente da ditte individuali (44,4%) e da società di persone (38,9%), mentre il 16,7% ha una società di capitali.

Il tessuto delle imprese artigiane è costituito da micro e piccole imprese: la maggioranza del campione (58,3%) ha tra i 2 e i 5 addetti, il 19,4% ha un solo addetto, il 13,9% ha tra i 10 e i 15 addetti e il restante campione tra 6 e 9 addetti.

Per quanto riguarda l'età anagrafica degli imprenditori, emerge che la maggior parte del campione (44,5%) ha oltre i 60 anni; il 36,1% ha tra i 50 e i 60 anni, mentre il 19,4% ha tra i 40 e i 50 anni.

“Una fetta rilevante delle imprese è guidata da imprenditori che hanno superato i 60 anni – commenta Dino De Santis, Presidente di Confartigianato Torino – Un problema che caratterizza tutte le pmi italiane in cui solo il 30% dei business sopravvive nel passaggio dalla prima alla seconda generazione, il 12% dalla seconda alla terza e appena il 4% dalla terza alla quarta generazione.”

“In Piemonte dal 2007 al 2019 abbiamo perso circa 18.148 imprese artigiane, con una perdita globale di 72.547 posti di lavoro, questo default delle pmi, aggravato dal recente lockdown, ha sortito un decisivo slittamento anagrafico verso l'alto con uno scarso ricambio generazionale – prosegue De Santis – La trasmissione familiare dei saperi molto spesso si interrompe, i figli si sono disinnamorati dei mestieri artigiani dei padri.

Il problema sta diventando ancora più critico perché nei prossimi mesi ci aspettiamo un bilancio ancora più negativo: il tasso di mortalità aziendale potrà essere più elevato per una maggior propensione degli imprenditori invecchiati a chiudere i battenti.”

La maggioranza del campione (54,3%) ha dichiarato di non effettuare un passaggio generazionale.

Le motivazioni rilevate sono: per mancanza di un successore (42,9%), perché tasse, fisco e burocrazia limitano la voglia di fare impresa (38,1%) e per mancanza di redditività (19%).

Mentre il 45,7% del campione ha dichiarato di effettuare un passaggio generazionale: il 28,5% lascia l'impresa ai figli; l'8,6% lascia ai dipendenti/collaboratori e la stessa percentuale (8,6%) dichiara di lasciare a soggetti esterni.

La decisione di procedere con il ricambio generazionale (45,7%) viene così motivata: 37,5% per garantire la continuità del servizio, la stessa percentuale (37,5%) per garantire una sicurezza professionale ai figli e il 25% per tramandare sapere, esperienza e conoscenza.

“La tendenza rilevata dall’indagine è quella di non effettuare un ricambio generazionale-prosegue De Santis-Una tendenza che andrebbe contrastata da politiche che promuovano l’imprenditorialità giovanile. Prima di chiudere un’azienda guidata da un over 60 si dovrebbero incentivare i giovani a subentrare rilevandone l’attività. Insomma, abbiamo bisogno di una sensibilità politica pro impresa e di una visione lungimirante del mondo del lavoro”.

La maggioranza del campione non ha ancora pianificato il passaggio generazionale nella sua azienda, mentre il 42,4% non prevede di predisporre un piano specifico.

Il 60% ritiene che il passaggio generazionale sia difficile ma affrontabile, mentre il 40% lo ritiene complesso e problematico.

“Come Confartigianato-conclude De Santis-sollecitiamo l’introduzione della neutralità fiscale per le cessioni d’azienda a titolo oneroso; per favorire la trasmissione d’impresa occorrono incentivi simili a quelli previsti per le start up. Serve un approccio nuovo. L’alternanza scuola-lavoro potrebbe essere un primo passo per ridurre il divario tra azienda e nuove generazioni, far incontrare il sapere e il saper fare può rendere noto l’enorme valore potenziale che può offrire uno sbocco professionale nell’artigianato per costruire il proprio avvenire sulle proprie abilità e competenze, sulle proprie passioni.

Bisogna comprendere che l’opportunità che l’impresa offre ai giovani tirocinanti incarna quella valenza sociale propria del fare impresa, come ad esempio il presidio del territorio: non è dunque concepibile che ciò comporti ulteriori oneri a carico

dall'azienda, come l'iscrizione a un Albo, l'ennesimo, una tassa d'iscrizione camerale e una serie di adempimenti in materia di sicurezza, fermo restando il rispetto di quelli già in essere”.

CNA Piemonte: “Per i ristori superare i codici Ateco e adottare il fatturato come criterio per i contributi”

L'avanzata dei contagi, l'ampliamento delle Regioni sottoposte a misure restrittive per contenere il virus e le iniziative autonome da parte di singoli Comuni che penalizzano l'operatività delle attività economiche, impongono un profondo ripensamento dei criteri di assegnazione dei ristori, superando l'attenzione al codice Ateco, ma concentrandosi, invece, sulle perdite di fatturato.

A giudizio della CNA i meccanismi individuati nei decreti ristori non riescono a dare adeguata tutela alle imprese, autonomi e professionisti che compongono le filiere colpite dalle misure restrittive. L'allargamento delle restrizioni su base territoriale rende superflua la distinzione tra le attività chiuse per ordinanza e quelle che, pur rimanendo aperte, vedono il proprio giro d'affari fortemente ridimensionato. Il crollo della domanda sta interessando segmenti sempre più ampi di mercato, tali da rendere chiaramente inadeguato il meccanismo dei codici Ateco, che richiedono quotidiani aggiustamenti.

Diventa quindi indispensabile adottare come criterio per accedere al contributo a fondo perduto il calo di fatturato, unico strumento che effettivamente fotografa l'andamento delle imprese. In questa logica il riferimento non può essere limitato allo scorso mese di aprile ma dovrà tenere in considerazione un periodo più congruo, considerando la ciclicità di molti settori dell'economia.

“Noi come sistema CNA piemontese condividiamo pienamente la proposta avanzata al governo dalla CNA nazionale, di stanziare i ristori alle imprese in funzione dell'effettiva diminuzione del fatturato. È necessario però che tali ristori siano estesi a tutte le imprese danneggiate dalla pandemia e non solo quelle a cui il lockdown ne ha bloccato l'operatività – afferma il presidente di CNA Piemonte **Fabrizio Actis** -. In virtù dell'andamento ciclico che la pandemia ha manifestato nel corso dell'anno, il periodo che dovrà essere preso a campione per misurare l'effettiva diminuzione di fatturato, dovrà essere un periodo congruo e non limitato a pochi mesi”.

È evidente che dovranno essere stanziati ulteriori e robuste risorse finanziarie per fronteggiare una situazione in rapido peggioramento. Senza interventi tempestivi e incisivi rischia di chiudere i battenti fino a un quarto del sistema produttivo.

Nati-mortalità imprese: l'anno della pandemia paralizza il tessuto imprenditoriale piemontese

In base ai dati del Registro imprese delle Camere di commercio, emerge come nel **2020** siano nate **20.942 aziende in Piemonte**, il 19,4% in meno rispetto alle 25.972 nuove iscrizioni registrate nel corso del 2019. Al netto delle **21.913 cessazioni** (il 20,3% in meno rispetto alle 27.489 del 2019), il saldo appare ancora una volta negativo (-917 unità), fenomeno che alimenta la lenta e continua erosione del tessuto imprenditoriale locale.

Lo stock di imprese complessivamente registrate a fine dicembre 2020 presso il Registro imprese delle Camere di commercio piemontesi ammonta così a 426.314 unità, confermando il Piemonte in 7^a posizione tra le regioni italiane, con il 7,0% delle imprese nazionali.

“Il tessuto imprenditoriale piemontese è paralizzato dall'incertezza perché l'andamento della pandemia non permette di programmare il futuro. Da un lato gli imprenditori non possono scommettere su nuove aperture e su nuove attività, dall'altro non hanno garanzie e certezze sulla durata dei provvedimenti istituzionali in tema di lavoro e dei ristori messi in campo dal Governo. A regnare sono il dubbio e la paura che fanno male a qualunque sistema economico. Le istituzioni, come le Camere di commercio, non possono che continuare a sostenere i loro imprenditori, fornendo tutto il supporto per creare, far crescere e tutelare la propria

attività. Le strade che dobbiamo percorrere sono quelle dell'innovazione e del digitale: solo così potremmo decidere il nostro futuro" commenta **Gian Paolo, Presidente Unioncamere Piemonte**.

Il bilancio tra nuove iscrizioni e cessazioni si traduce in un **tasso di crescita** del **-0,23%**, lievemente migliore rispetto al dato registrato nel 2019 (-0,35%), e ancora in controtendenza rispetto alla **media italiana (+0,32%)** del 2020.

Per stabilire l'entità degli effetti prodotti nel 2020 dalla crisi pandemica sul tessuto imprenditoriale, sarà però necessario attendere le risultanze del primo trimestre dell'anno in corso. Tradizionalmente, infatti, le comunicazioni di chiusura dell'attività pervenute al Registro delle Imprese a fine anno vengono statisticamente conteggiate nel nuovo anno.

A livello di **forma giuridica** si evidenzia una sostenuta espansione delle **società di capitale (+2,28%)**, una tenuta **delle altre forme** (categoria all'interno della quale troviamo le cooperative) e un calo delle realtà meno strutturate: **imprese individuali (-0,43%)** e **società di persone (-1,87%)**.

La forte contrazione dei flussi di iscrizioni e cancellazioni delle imprese suggerisce cautela nella quantificazione delle conseguenze del forzato rallentamento delle attività in molti settori economici.

Analizzando i risultati del 2020 a livello settoriale si

intravedono, infatti, dinamiche influenzate dalla diffusa incertezza sull'evoluzione della pandemia e da un'altrettanta diffusa attesa riguardo al prodursi degli effetti previsti dai provvedimenti di ristoro messi in campo dalle istituzioni.

Alla luce di questa premessa vanno letti i tassi segnati dai principali settori dell'economia locale. **Gli altri servizi registrano un +0,98%, seguono il turismo (+0,74%) e le costruzioni (+0,83%).** Per quest'ultimo settore va considerata anche la spinta fornita dalle nuove detrazioni fiscali per la riqualificazione energetica del patrimonio edilizio.

Il commercio segna un tasso del -1,04%. Industria in senso stretto e agricoltura mostrano flessioni più consistenti, rispettivamente pari a -1,46% e -1,47%.

La contrazione registrata a livello medio regionale è scaturita dagli andamenti negativi rilevati nella quasi totalità delle realtà territoriali. Solo **Torino** segna una sostanziale stabilità **(+0,16%)**. Il nord est patisce di più del resto della regione. Le flessioni più significative si registrano a **Vercelli (-0,85%), Alessandria (-0,84%), Verbania (-0,80%) e Biella (-0,77%)**. A **Cuneo** il tasso si attesta al **-0,61%** e ad **Asti** al **-0,51%**. **Novara** mostra, infine, una flessione più ridotta **(-0,26%)**

Comunità energetiche, il Piemonte esempio virtuoso

Comunità energetiche, un modello innovativo per la produzione, l'autoconsumo, l'accumulo e la vendita di energia proveniente da fonti rinnovabili nell'ottica del raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione e della transizione energetica.

Da dicembre 2020 sono in vigore disposizioni e incentivi per sviluppare i sistemi collettivi di autoconsumo da fonti rinnovabili e, con la pubblicazione delle regole tecniche del Gse (Gestore servizi energetici), si è completato il quadro.

E proprio per fare il punto della situazione, per accelerare la sperimentazione e per informare i consumatori sulla possibilità di avere un ruolo attivo nella gestione della propria spesa energetica, il Gse in collaborazione con la Regione Piemonte e con gli attori locali interessati (Anci e Uncem regionale, Ance Piemonte e Valle d'Aosta, Anaci, Fiopa, Enti promotori di progetti di comunità energetiche locali Energy Center del Politecnico di Torino ed Environment Park), ha organizzato un seminario on line.

“Numerosi sono gli esempi di comunità energetiche che si stanno organizzando sul territorio – ha detto l'assessore regionale all'Ambiente, **Matteo Marnati**, nel portare i saluti della Regione – tese a valorizzare risorse e specificità”.

Esempi virtuosi sono l'esperienza di Barge, nell'ambito del raggruppamento dell'Associazione Comunità Energetica del Monviso, quelle delle valli Maira e Grana, del pinerolese, della Val di Susa e del comune di Magliano Alpi.

“L'obiettivo europeo – ha ricordato – è quello di arrivare a

raggiungere nel 2030 una riduzione del 55% delle emissioni di CO2 in atmosfera. Ci sono numerosi investimenti e a seguito dell'approvazione della legge sull'idroelettrico, ci attendiamo un incremento di produzione da fonte idraulica pari al 15% con una razionalizzazione dell'uso della risorsa primaria. Vogliamo salvaguardare l'ambiente e investire sull'economia ma dare, a chi vuole investire, anche i giusti strumenti".

"Il 2020 è stato un anno di programmazione, ora aspettiamo i fondi che devono ancora arrivare sia con il Recovery Plan, sia con la programmazione europea; quello che serve in questo momento sono progetti immediatamente cantierabili, definitivi e in "rete" per arrivare ad intercettare i fondi europei. In poche parole: concretezza e gioco di squadra per fare sistema".