



RASSEGNA STAMPA
CONFINDUSTRIA FOGGIA
25 settembre 2026

FIERA DEL LEVANTE

LE GIORNATE DEL MEZZOGIORNO

INNOVAZIONE E FUTURO

L'evento organizzato dalla Camera di Commercio di Bari. Circa la metà delle imprese locali dichiara di avere familiarità col nuovo strumento

IA, aziende pugliesi pronte a raccogliere la grande sfida

Cupertino: «La regione diventi un hub sul Mediterraneo»

ALESSANDRA COLUCCI

● **BARI.** Quasi la metà delle aziende pugliesi dichiara di avere una concreta familiarità con l'Intelligenza artificiale e circa quattro su dieci hanno programmato investimenti dedicati nel corso di quest'anno. Un quadro che chiama a un impegno continuo per le nuove sfide del mercato in relazione all'IA, con la Puglia che punta su competenze e formazione.

È il quadro emerso ieri, nel corso dell'evento «L'intelligenza che cambia. Competenze, innovazione e competitività per il sistema Italia», secondo appuntamento delle Giornate del Mezzogiorno, alla Fiera del Levante, organizzate dalla Camera di Commercio di Bari.

I lavori sono stati moderati dal giornalista Tommaso Labate e aperti dal presidente Gaetano Frulli che ha ribadito la necessità di «capire questo nuovo strumento, che non ci deve spaventare». «Innovazione e futuro non sono temi contrapposti ma vanno governati» ha dichiarato l'assessore comunale al Bilancio Diego De Marzo, mentre il presidente di Unioncamere Puglia, Vincenzo Cesareo ha ricordato che «attraverso la rete dei Punti Impresa Digitale delle Camere di commercio, oltre un milione di imprese sono già state accompagnate nei percorsi di digitalizzazione».

Molto atteso l'intervento di Marco Camisani Calzolari, esperto di intelligenza artificiale e membro del Comitato per la Strategia nazionale sull'IA, che ha tenuto il keynote «Intelligenza artificiale, corrente, chip e regole. La nuova mappa del potere». Camisani ha ricordato che «la prima cosa pericolosa è utilizzare l'IA senza consapevolezza» anche in considerazione del fatto stia arrivando «dappertutto,

nelle famiglie e nelle organizzazioni, e c'è bisogno di conoscere i meccanismi che ci sono dietro: come funziona, come guidarla e quanto affidarci». «Nelle aziende - ha aggiunto - uno dei fenomeni più frequenti è la shadow AI: dipendenti che utilizzano l'IA caricando contenuti senza che l'azienda ne sia al corrente. Questo non significa che non si debba usare: significa che l'azienda deve fornire ai dipendenti strumenti adeguati, sicuri e allineati ai propri obiettivi».

«La Puglia deve candidarsi a diventare un hub e una porta tecnologica sul Mediterraneo» ha spiegato il direttore del dipartimento delle Politiche del lavoro della Regione Puglia Francesco Cupertino, a proposito della necessità di capire dove potranno essere collocati i data center e quanto il Sud sarà della partita. «Pensare a un data center nel Mezzogiorno come a una risorsa destinata esclusivamente al territorio - ha aggiunto - è riduttivo: queste infrastrutture sono porte di accesso alle risorse tecnologiche. Oggi la maggior parte dei data center è concentrata in Lombardia perché lì esiste una scala economica in grado di sostenerli, ma se la Puglia si propone come hub del Mediterraneo, la prospettiva cambia e l'investimento può diventare economicamente sostenibile».

Sul fronte dell'innovazione, poi «la Puglia sta accelerando: i 18 punti guadagnati dal 2018 nel Regional Innovation Scoreboard non sono una variazione marginale» ha sottolineato Giuseppe Francesco Italiano, prorettore all'Artificial Intelligence e alle Digital Skills della Luiss mentre Laura Venturini, Director Research Strategy and Digital Reputation di Bip Red ha rilevato come «la velocità di adozione dell'IA resta fortemente condizionata dalla dimensione aziendale». «È quasi anacronistico ricercare profili già pronti», ha concluso Tiziana Giove, chief of staff dell'Ad di Exprivia. «La trasformazione digitale impone alle organizzazioni di passare da una logica centrata sui ruoli a una fondata sulle competenze».



**FIERA DEL
LEVANTE**
**Un momento
dell'evento
«L'intelligenza
che cambia
Competenze
innovazione
e
competitività
per il sistema
Italia»
organizzato
dalla Camera
di Commercio
di Bari**



Nucleare, la filiera italiana è pronta: 100 aziende già attive

Industria. Il sistema produttivo e le strutture dedicate alla ricerca non hanno mai smesso di operare e oggi sono riconosciute come eccellenze

**Cheo Condina
Sara Deganello**

Capita che l'allievo superi il maestro. Anche se, nel caso del nucleare, ci sarebbe da discutere se il maestro sia il Paese che ha dato i natali a Enrico Fermi o quello che ha sviluppato il più grande parco nucleare d'Europa, cioè la Francia. Sta di fatto che nel 2022, momento di massima crisi energetica del Vecchio Continente, proprio le gigantesche centrali d'Oltrape, all'apparenza invincibili, sono andate in crisi con 12 reattori fermati per piccole corrosioni nelle tubazioni. Edf ha chiesto alle aziende francesi se fossero in grado di realizzare i pezzi sostitutivi, tutti in acciaio inox, forgiati senza saldatura, in alta qualità, in tempi rapidi e al "giusto prezzo", ma nessuna ha risposto. La soluzione invece è arrivata da due aziende italiane, Tectubi Raccordi e Ibf, in realtà conosciute in tutto il mondo grazie alle componenti realizzate per la filiera dell'atomo e vendute, ovviamente, soltanto all'estero.

Come loro in Italia ci sono oltre 100 imprese attive nel settore, con un potenziale di crescita che, secondo gli addetti ai lavori, può crescere di dieci volte. E che secondo

uno studio di Edison e Teha potrebbe generare un mercato potenziale da 50 miliardi, con 117.000 posti di lavoro in più, per la filiera industriale tricolore. Di una mappatura completa si sta occupando Nuclitalia (la società a guida Enel e partecipata da Ansaldo Energia e Leonardo che analizza le tecnologie nucleari di nuova generazione); ne scaturirà un database completo con prodotti, servizi e certificazioni sulla supply chain italiana dell'atomo. Che nonostante lo stop imposto dal referendum del 1987 - tra big (a partire dal gruppo Ansaldo), la Sogin a trazione pubblica per lo smantellamento dei vecchi reattori, aziende manifatturiere specializzate e ricerca - resta ancora oggi la seconda d'Europa. E, in scia al voto sulla legge delega, è pronta a tornare in pista dopo avere lavorato per decenni all'estero.

Un altro assist alla filiera italiana potrebbe arrivare dall'asse italo-francese tra Edison e la controllante Edf. Insieme con Ansaldo sono state le prime a rompere il ghiaccio sull'atomo tre anni fa, annunciando una lettera d'intenti per lo sviluppo dei nuovi Smr (*small modular reactor*) e solo una settimana fa hanno arricchito di dettagli il progetto per dieci mini-reattori da costruire in

Europa, dal valore di svariati miliardi, con un primo impianto in Italia da realizzare entro il 2035. Il piano ha il suo cuore tecnologico in un nuovo reattore proprietario, prevalentemente made in Ue, che sta nascendo grazie da una parte alle competenze della filiera industriale nucleare italiana, e dall'altra all'esperienza francese di progettazione, realizzazione e gestione di impianti nucleari.

Questa partnership tra Italia e Francia ha anche avuto il battesimo istituzionale a giugno: in occasione del rinnovo del Trattato del Quirinale, Edf, Nuward, la Edison guidata da Nicola Monti e diversi operatori italiani della filiera nucleare - tra cui Aiipe (Associazione Italiana Attrezzature a Pressione), Ath Riva Calzoni, Saipem, Simic, Tectubi Raccordi (si proprio loro, quelli che "salvarono" i reattori francesi), Walter Tosto e Webuild - avevano messo nero su bianco l'interesse per lo sviluppo congiunto del nuovo reattore, ora confermato. Non è detto, ovviamente, che alla fine la tecnologia selezionata da Nuclitalia sia questa (americani e inglesi sono ben posizionati), ma non è detto neppure che in Italia non possano convivere più tecnologie, messe a terra da diversi soggetti industriali.



Ricerca. L'infrastruttura Circe nel centro Enea del Brasimone per studi su tecnologie dei metalli liquidi pesanti applicate ai reattori di quarta generazione raffreddati a piombo liquido

Con un minimo comune denominatore: saranno di terza generazione avanzata, per la quarta si valuteranno i reali progressi tecnologici.

A maggior ragione, in ogni caso, servirà una supply chain all'altezza. La stessa ricerca di Edison e Teha, presentata nel 2024, identificava in 70 aziende la base della filiera nucleare nazionale: la maggior parte attive nella produzione di grandi componenti (17), poi società di ingegneria (13), aziende specializzate in strumentazione (13), materiali e forgiatura (11), montaggio e installazione (5), Epc (*engineering, procurement and construction*) e general contractor (4), smaltimento (3), valvole (2), tubazioni e raccordi (2). Lo studio aveva tracciato anche i flussi commerciali legati al settore nucleare a partire dall'ultima fotografia del Nuclear Trade Atlas: per gli anni 2018-2022 l'Italia si è classificata 27esima su 165 Paesi per valore totale dell'export, con 140 milioni.

Tutto ciò senza contare chi è emi-

grato all'estero per quotarsi, nello specifico a Wall Street: come Massimo Morichi con Terra Innovatum o Stefano Buono con Newcleo, sbarcata proprio questa settimana al Nasdaq e che collabora tra gli altri con Ansaldo Nucleare, Danieli, Fincantieri e Rina sul fronte navale, Tosto Group, NextChem di Maire, che ha lanciato da poco la società Next-N dedicata a servizi di ingegneria ad alto valore aggiunto per il nucleare e ha accordi con Nuward di Edf. Newcleo lavora anche con Enea, l'agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile: al Brasimone sarà presto pronto il dimostratore elettrico di un mini reattore raffreddato al piombo. «Con il referendum del 1987, gli stanziamenti pubblici per la ricerca sono rimasti solo sulla fusione e non sulla fissione. Su questa strada Enea ha continuato insieme alle università italiane con finanziamenti privati ed europei, grazie alle grandi competenze e a un parco infrastrutturale tra i migliori d'Europa - racconta Alessandro Dodaro, direttore del dipartimento nucleare

- Nella ricerca l'Italia è un'eccellenza sia in ambito di fusione che di fissione. Le università consorziate nel Cirten (Politecnico di Milano e di Torino, Pavia, Padova, Bologna, Pisa, Palermo e Sapienza di Roma) continuano a sfornare ingegneri nucleari, seppur a ritmo più basso che in passato. E continuano a collaborare con le aziende: la Siet di Piacenza, Ansaldo Nucleare, la società di ingegneria Srs acquisita da Newcleo, per la fissione. Per la fusione: Asg tra tutte, Walter Tosto, Gauss Italia, Simic. Enea coordina inoltre 22 soggetti pubblici e privati nel consorzio Rfx di Padova, che promuove la cooperazione sulla fusione e raggruppa tra gli altri Siet, Simic, Ansaldo, Eni. Che è anche nostro partner nel Dtt (Divertor Tokamak Test) di Frascati, la più grande macchina in costruzione dopo l'Iter francese. (Eni investe anche nell'americana Commonwealth Fusion Systems, ndr)».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le stime sui benefici del nucleare prevedono un impatto potenziale da 50 miliardi e 117 mila nuovi posti di lavoro

Italia in prima fila con università e aziende sia per la fissione (la tecnologia attuale) che per la fusione nucleare

L'intervista. Leopoldo Destro. Il vice presidente di Confindustria per Trasporti, Logistica e Industria del turismo: «Serve un piano a breve e a lungo termine che consenta ai territori di competere sui mercati»

«Il turismo è industria Puntare a una crescita che sia strutturale»

Nicoletta Picchio

«Il turismo è un'industria a tutti gli effetti. È una considerazione imprescindibile se vogliamo affrontare in modo serio i temi della competitività e della crescita del comparto che ha un peso significativo sull'economia del paese: circa il 5% del Pil nazionale, con un impatto complessivo del 10% del Pil, considerando anche gli effetti indiretti. Una quota che dimostra quanto siano profonde le interdipendenze tra turismo e sistema produttivo». Diffondere questa consapevolezza, tra tutti gli stakeholder del settore turistico, pubblici e privati, è l'impegno che Leopoldo Destro sta portando avanti nel suo ruolo di vice presidente di Confindustria per Trasporti, Logistica e Industria del turismo. «Serve un piano per il turismo a breve e a lungo termine, una cornice per avere un sistema che generi valore aggiunto strutturale e che consenta ai territori di competere sui mercati», dice Destro. Una strategia che si articola nelle quattro "D": «diversificazione, destagionalizzazione, digitalizzazione, dimensione di impresa».

Non c'è ancora questa consapevolezza, nonostante i numeri molto positivi dell'andamento turistico?
C'è ancora una narrazione negativa su ciò che rappresenta il turismo e

sugli effetti sul territorio: si parla di overtourism e di luoghi soffocati dalle presenze turistiche. Aspetti che vanno affrontati con un'impostazione industriale. Non comprendiamo la preoccupazione di chi teme che considerare il turismo come un'industria significhi standardizzazione, appiattimento, perdita della pluralità dei territori, perché il rischio reale non è avere troppa industria, è non averne abbastanza. I dati Istat ci dicono che nel secondo trimestre 2026 gli arrivi sono calati lievemente, -0,8%, mentre le presenze sono cresciute del 3,9%. Una dinamica proseguita a luglio. Il dato interessante è l'incremento dei pernottamenti e della permanenza, con una maggiore domanda che si trasmette ad una rete molto ampia di imprese e ad un indotto, ben oltre il perimetro turistico.

Crescono le presenze degli stranieri: aumentare la loro permanenza, ampliare l'offerta sul territorio, diventa anche un veicolo per comunicare il nostro made in Italy all'estero?
La dinamica internazionale sta spingendo l'andamento di questi ultimi mesi. Le presenze straniere crescono del 4,6% e rappresentano oltre il 60% del totale nel secondo trimestre 2026. Nello stesso periodo la spesa dei viaggiatori stranieri aumenta del 3,9% rispetto al 2025. È un risultato importante da leggere anche come stimolo a fare sempre meglio anche rispetto ai competitor internazionali. La

sfida è trasformare questi flussi in valore strutturale.

L'approccio quindi deve coinvolgere tutto il sistema paese, dalle imprese, alle istituzioni, alla logistica, in modo integrato?

Sì, questo è il nostro approccio: una visione di sistema per aumentare, in sinergia con i diversi settori, la competitività del made in Italy. La pluralità si difende costruendo le condizioni - infrastrutture, connettività, competenze - che permettono a ogni territorio, con la propria identità, di competere meglio. Il turismo è industria. Lo conferma anche il Libro Bianco Made in Italy 2030 del governo.

Le quattro "D": cosa serve in concreto?

Per destagionalizzare e diversificare è determinante il ruolo delle infrastrutture e dei trasporti. Sul fronte della destagionalizzazione, nel secondo trimestre del 2026 l'incremento più forte delle presenze si registra a maggio: +8,8% rispetto a un anno prima, con una crescita particolarmente sostenuta della componente internazionale, +10,1%. È un segnale importante, perché mostra che la domanda può crescere anche fuori dai tradizionali picchi estivi. Sul fronte della diversificazione: tra gennaio e luglio 2026, nei piccoli comuni fino a 5 mila abitanti gli arrivi crescono del 5,6% e le presenze del 4,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Significa che anche i territori fuori dai grandi



Competitività.

Leopoldo Destro, vice presidente di Confindustria per Trasporti, Logistica e Industria del turismo

poli stanno intercettando una domanda crescente. Si tratta di consolidare questi trend con una strategia stabile negli obiettivi ma flessibile negli strumenti, capace di adattarsi ai diversi segmenti e alle diverse realtà territoriali.

No quindi a politiche frammentate?

Serve una regia complessiva, che affronti anche la questione delle competenze, determinanti per far fare un salto di qualità al settore, specie nella digitalizzazione. L'obiettivo è costruire in Italia, insieme a governo, imprese e università, un centro europeo di eccellenza per il turismo capace di anticipare i cambiamenti e trasformarli in professionalità. Sarebbe un investimento diretto sulla produttività delle imprese e sulla capacità dell'Italia di competere a livello internazionale. L'obiettivo di Confindustria non è quello di standardizzare l'offerta o uniformare i territori, ma esattamente il contrario. La nostra forza sta nella pluralità delle destinazioni, nelle specializzazioni e identità dei territori. La politica industriale deve creare le condizioni perché questa molteplicità possa esprimere il proprio valore al meglio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'IMPATTO
Il settore pesa circa il 5% del Pil, con un impatto complessivo del 10%
Forti le interdipendenze con il sistema produttivo

COMPETENZE
L'obiettivo è costruire in Italia con governo, imprese ed università un centro europeo di eccellenza

Sud, la sfida di convertire la ricchezza culturale in imprese e attrattività

Sviluppo

Dalle storie ai posti di lavoro: l'iniziativa «Kyma» a Napoli punta a creare una filiera

Da produttori e broadcaster la richiesta di regole e tempi certi sul tax credit

Andrea Biondi

Dal nostro inviato
NAPOLI

Trasformare l'attrattività dei territori, e di un territorio come Napoli in particolare, è stato il leitmotiv di "Kyma - Storie che prendono il largo": una due giorni per lanciare una nuova piattaforma internazionale per trasformare la città partenopea nel centro del dialogo tra editoria, cinema, audiovisivo e nuovi linguaggi creativi. L'iniziativa, ospitata a Palazzo Reale nell'ambito di Napoli Città Mondo, è un progetto della Fondazione Mezzogiorno selezionato dal Comitato Neapolis 2500, cofinanziato dal ministero degli Esteri e promosso con l'Unione Industriali Napoli e main partner Intesa Sanpaolo. Si è partiti dai trent'anni di "Un posto al sole", asset di punta del Centro di produzione Rai di Napoli ed emblema dell'osmosi fra audiovisivo e territorio.

Antonio D'Amato, presidente della Fondazione Mezzogiorno, indica la po-

sta industriale: «La sfida è passare dalla città che consuma la propria attrattività alla città che la trasforma in produzione, lavoro qualificato e nuove opportunità». Napoli è «una città che è specchio del mondo e che deve avere la capacità di continuare a guardare al mondo», puntualizza dall'alto il prefetto Michele di Bari, presidente del Comitato Neapolis 2500. «Non soltanto raccontare Napoli nel mondo, ma mettere Napoli in relazione con il mondo» deve essere ora l'obiettivo da non mancare, sottolinea poi Marilù Faraone Mennella. Per la componente del comitato Neapolis 2500 e membro del board Fondazione Mezzogiorno, cui il Mediterraneo deve essere il ponte per scambi professionali, circolazione delle opere e collaborazioni tra imprese. Il presidente degli Industriali napoletani Vittorio Genna guarda in questo quadro ai giovani: «Non possiamo continuare a formare competenze che vanno a realizzare altrove le proprie idee».

Sul palco del Palazzo Reale hanno preso la parola protagonisti del mondo dell'audiovisivo e dell'editoria. E proprio dall'audiovisivo è arrivato un appello forte, al Governo e alla politica, per intervenire su quello che è visto come un nodo in grado di soffocare il settore: l'assenza di certezza di regole e tempi,

in primis per il tax credit. «Le storie che vedremo quest'anno, alla fine di quest'anno e l'anno prossimo sono state girate dai produttori e dai committenti sulla fiducia, senza un testo normativo su cui basarsi», ha avvertito Giampaolo Letta, vicedirettore generale Fiction e Cinema Mediaset e ad di Medusa nel corso di una tavola rotonda con Giancarlo Leone (Q10 Media), Maria Pia Ammirati (Rai Fiction), Carlo Degli Esposti (Palomar); Stefano Mauri (Gems). Investimenti al buio insomma, con un decreto per avviare le domande del credito d'imposta arrivato in effetti solo ieri, con finestra dal 30 settembre al 14 ottobre. Sulla «certezza delle norme e del tax credit» ha insistito anche Federica Lucisano, presidente dell'Unione Produttori Anica: senza stabilità il settore non può esprimere il suo potenziale.

Ma il punto non riguarda solo i sostegni. C'è un tema di internazionalizzazione: l'Italia sa attrarre set stranieri, ma fatica a concepire opere da coprodurre e vendere fuori dai confini. Per Chiara Sbarigia, presidente Apa, la capacità di competere passa dalla sinergia fra istituzioni, produttori e committenti, a partire dal ruolo della Rai. Tema, questo delle sinergie fra pubblico e privato, sul quale ha insistito Filippo La Rosa, vicedirettore generale Maeci - che si è molto soffermato sul Mediterraneo come opportunità di sviluppo - e su cui ha insistito anche Innocenzo Cipolletta, presidente Aie, che ha rilanciato l'appello per politiche ad hoc per la lettura al Sud, oltre che per la certezza di fondi alle Biblioteche.



ANTONIO D'AMATO
Presidente
Fondazione
Mezzogiorno