

GL /XQHGu OXJOLR

Sommario Rassegna Stampa

Pagina	Testata	Data	Titolo	Pag.
Rubrica Edilizia e Appalti Pubblici				
1	Italia Oggi Sette	17/07/2023	<i>Restyling verde ogni anno per il 3% degli edifici pubblici fino al 2030 (M.Rizzi)</i>	3
Rubrica Information and communication technology (ICT)				
1	Il Sole 24 Ore	17/07/2023	<i>Creativita' hi tech non spaventa i consumatori (G.Colletti/F.Grattagliano)</i>	5
11	Il Sole 24 Ore	17/07/2023	<i>I sistemi di intelligenza artificiale si affacciano negli studi tecnici (M.Carbonaro)</i>	8
1	Italia Oggi Sette	17/07/2023	<i>L'IA nei luoghi di lavoro piace ma non convince (A.Longo)</i>	9
Rubrica Imprese				
1	Italia Oggi Sette	17/07/2023	<i>Aziende e cantieri chiusi per afa. Chi (e quando) puo' chiedere la Cigo (D.Cirioli)</i>	12
Rubrica Energia				
5	Italia Oggi Sette	17/07/2023	<i>Energia pulita, Italia in affanno (F.Milazzo)</i>	14
Rubrica Professionisti				
1	Il Sole 24 Ore	17/07/2023	<i>Così l'equo compenso manda in tilt il Codice appalti (S.Pozzoli)</i>	16
26	L'Economia (Corriere della Sera)	17/07/2023	<i>Le professioni? Sono Pmi. Un miliardo da casse e banche (I.Trovato)</i>	17

L'ADIRETTIVA EED

**Restyling verde
ogni anno per il 3%
degli edifici pubblici
fino al 2030**

Rizzi a pag. 4

Le misure previste dalla direttiva Eed con gli obiettivi di risparmio energetico per il 2030

Restyling verde sugli immobili

Ogni anno il 3% degli edifici pubblici sarà da ristrutturare

Pagina a cura

DI MATTEO RIZZI

Ogni anno, entro il 2030, il 3% del totale degli immobili di proprietà di enti pubblici dovrà essere sottoposto a ristrutturazione. Non solo. I consumi energetici pubblici, a esclusione dei settori dei trasporti e delle Forze armate, dovranno ridursi dell'1,9% all'anno. In totale i Paesi Ue dovranno garantire, collettivamente, una riduzione del consumo energetico di almeno l'11,7% entro il 2030 (rispetto alle proiezioni dello scenario di riferimento fissato al 2020). A prevederlo è la direttiva, già concordata dai negozianti di Parlamento e Consiglio, adottata con 471 voti a favore, 147 contrari e 17 astensioni. Si tratta, in concreto, di una rifusione della direttiva Ue sull'efficienza energetica (Eed), in base alla quale la riduzione a livello europeo dovrà essere principalmente applicata al settore pubblico. A questo scopo la direttiva introduce anche nuovi requisiti per sistemi di teleriscaldamento efficienti e prevede l'implementazione di un meccanismo di monitoraggio e applicazione per garantire il rispetto delle norme. L'obiettivo dovrà essere raggiunto attraverso misure a livello locale, regionale e nazionale in diversi settori, che includono la pubblica amministrazione, gli edifici, le imprese, i centri dati, e altri.

La revisione della direttiva sull'efficienza energetica, insieme ad altre proposte, affronta gli aspetti energetici della transizione climatica dell'Ue nell'ambito del pacchetto "Pronti per il 55%". Questo pacchetto, presentato dalla Commissione europea il 14 luglio 2021, mira ad allineare la normativa dell'Ue in materia di clima

ed energia all'obiettivo di raggiungere la neutralità climatica dell'Ue entro il 2050 e di ridurre le emissioni nette di gas a effetto serra di almeno il 55% entro il 2030, rispetto ai livelli del 1990. Il pacchetto consiste in una serie di proposte correlate che modificano atti legislativi esistenti o introducono nuove iniziative che interessano vari settori politici ed economici.

La riduzione dei consumi. Gli stati membri si sono impegnati collettivamente a ridurre il consumo di energia dell'11,7% entro il 2030 rispetto alle proiezioni dell'Ue per il 2020. L'obiettivo è che il consumo di energia finale dell'Unione non superi i 763 Mtep (milione di tonnellata equivalente di petrolio). Inoltre, l'obiettivo è che il consumo di energia primaria sia inferiore a 992,5 Mtep entro il 2030. Per conseguire questi target, la direttiva prevede un risparmio energetico annuo medio dell'1,5% fino al 2030. Fino al 2025, l'obiettivo sarà di risparmiare l'1,3% del consumo energetico all'anno, aumentando progressivamente fino all'1,9% entro la fine del 2030.

Inizialmente, la Commissione europea aveva proposto una riduzione del 9% dei consumi energetici, ma a seguito dell'aggressione russa all'Ucraina, l'esecutivo dell'Ue ha deciso di aumentare l'obiettivo al 13%. Successivamente, il Parlamento europeo ha votato a settembre per un obiettivo obbligatorio di riduzione del consumo energetico dell'Ue del 14,5%, ma durante i negoziati con il Consiglio, l'obiettivo è stato ridotto all'11,7%.

La direttiva sull'efficienza energetica attualmente in vigore dal dicembre 2018 (che sarà sostituita dal nuovo testo) stabilisce un obiettivo di riduzione del consumo di energia primaria e finale del

32,5% entro il 2030 a livello dell'Ue, rispetto alle previsioni del consumo energetico formulate nel 2007. Fino al 31 dicembre 2026, l'obbligo al paragrafo 1 non si applica al consumo energetico degli enti pubblici nelle unità amministrative locali con una popolazione inferiore a 50 mila abitanti.

Gli stati membri devono includere nei loro aggiornamenti dei piani nazionali per l'energia e il clima, presentati secondo il regolamento (Ue) 2018/1999, il volume delle riduzioni del consumo di energia richieste a tutti gli enti pubblici, suddiviso per settore, e le misure che intendono adottare per raggiungere tali riduzioni. Devono anche comunicare alla Commissione, nella relazione intermedia nazionale integrata sull'energia e il clima, presentata in conformità all'articolo 17 del regolamento (Ue) 2018/1999, le riduzioni annuali effettuate nel consumo di energia finale.

Gli edifici pubblici. Il ruolo degli edifici degli enti pubblici è fondamentale per migliorare l'efficienza energetica e ridurre le emissioni di carbonio. Ogni Stato membro deve garantire che almeno il 3% della superficie coperta totale degli edifici riscaldati e/o raffrescati di proprietà degli enti pubblici sia ristrutturato ogni anno per trasformarli in edifici a emissioni zero o a energia quasi zero. Gli stati membri hanno la possibilità di scegliere quali edifici includere in questo requisito di ristrutturazione del 3%, tenendo conto dell'efficacia in termini di costi e della fattibilità tecnica nella selezione degli edifici da ristrutturare.

È possibile escludere gli alloggi sociali dall'obbligo di ristrutturazione se tale ristrutturazione comporta costi aggiuntivi per gli inquilini, a

meno che questi costi aggiuntivi non superino i risparmi energetici ottenuti. Gli enti pubblici che occupano edifici non di loro proprietà devono negoziare con i proprietari al fine di stabilire clausole contrattuali che trasformino l'edificio in un edificio a emissioni zero o a energia quasi zero. Queste negoziazioni devono avvenire quando si raggiunge una soglia di intervento come il rinnovo del contratto di locazione o lavori significativi di riparazione o manutenzione.

Il requisito del 3% si applica agli edifici pubblici con una superficie coperta utile totale superiore a 250 m² che non sono ancora a energia quasi zero entro il 1° gennaio 2024. Gli stati membri possono applicare requisiti meno rigorosi per alcune categorie di edifici, come quelli protetti per il loro valore storico o architettonico, edifici delle forze armate o del governo centrale adibiti a scopi di difesa nazionale, edifici religiosi utilizzati per il culto.

Gli stati membri possono anche decidere di non ristrutturare alcuni edifici se ritengono che non sia tecnicamente, economicamente o funzionalmente fattibile trasformarli in edifici a energia quasi zero. Per incentivare azioni tempestive, gli stati membri che ristrutturano più del 3% della loro superficie coperta totale entro un anno possono contare l'eccedenza nel tasso annuo di ristrutturazione nei successivi tre anni fino al 2026. A partire dal 1° gennaio 2027, questa eccedenza può essere conteggiata nei successivi due anni di ristrutturazione.

Il settore pubblico è responsabile di una percentuale compresa all'incirca tra il 5 e il 10% del consumo totale di energia finale dell'Unione. Le autorità pubbliche spendono approssimativa-

mente 1.800 miliardi di euro l'anno. Questa cifra rappresenta circa il 14% del prodotto interno lordo dell'Unione. Per tale motivo il settore pubblico costituisce uno stru-

mento importante per stimolare la "trasformazione del mercato verso prodotti, edifici e servizi più efficienti, nonché per indurre cambiamen-

ti di comportamento dei cittadini e delle imprese relativamente al consumo di energia", spiega il testo della direttiva. Inoltre, la diminuzione del consumo di energia

grazie a misure che permettono di migliorare l'efficienza energetica può liberare risorse pubbliche da destinare ad altri fini.

— © Riproduzione riservata —

I risparmi energetici da raggiungere*

Dal 1° gennaio 2021 al 31 dicembre 2023, 0,8%

Dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2025, 1,3%

Dal 1° gennaio 2026 al 31 dicembre 2027, 1,5%

Dal 1° gennaio 2028 al 31 dicembre 2030, 1,9%

* rispetto al consumo annuo medio di energia finale nel triennio precedente al 1° gennaio 2019

Il settore delle tecnologie dell'informazione in osservazione

Centri dati sotto osservazione. Il settore delle Tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Tic) è un altro settore importante che riceve crescente attenzione. Nel 2018 il consumo di energia dei centri dati nell'Unione è stato di 76,8 TWh. Si prevede che entro il 2030 salirà a 98,5 TWh, con un aumento del 28%. Tale aumento in termini assoluti può essere visto anche in termini relativi: nell'Unione i centri dati hanno generato il 2,7% della domanda di energia elettrica nel 2018 e, se il loro sviluppo prosegue sulla traiettoria attuale, raggiungeranno il 3,21% entro il 2030. Al fine di promuovere lo sviluppo sostenibile del settore delle Tic, in particolare dei centri dati, è oppor-

tuno che gli Stati membri impongano la raccolta e la pubblicazione dei dati pertinenti sulle prestazioni energetiche, l'impronta idrica e la flessibilità della domanda dei centri dati, sulla base di un modello comune dell'Unione. I dati raccolti saranno quindi usati per misurare almeno alcune dimensioni fondamentali di un centro dati sostenibile, vale a dire l'efficienza nell'uso dell'energia, la quota di energia che proviene da fonti rinnovabili, il riutilizzo del calore di scarto prodotto, l'efficacia del raffrescamento, l'efficacia dell'uso del carbonio e l'uso di acqua dolce. Entro il 15 maggio 2024, e successivamente con cadenza annuale, gli stati membri im-

porranno ai titolari e ai gestori di centri dati sul loro territorio con una domanda di potenza di tecnologia dell'informazione (IT) installata pari ad almeno 500 kW di rendere pubbliche le informazioni. Entro il 15 maggio 2025 la Commissione verificherà i dati disponibili sull'efficienza energetica nei centri dati che le sono stati trasmessi in conformità dei paragrafi 1 e 3 e presenterà una relazione al Parlamento europeo e al Consiglio, corredata, se del caso, da proposte legislative per migliorare l'efficienza energetica, tra cui norme minime di prestazione, e da una valutazione della fattibilità della transizione verso un settore di centri dati neutro in termini di emissioni di carbonio.

— © Riproduzione riservata —



Marketing 24

Creatività hi tech
non spaventa
i consumatori

Colletti e Grattagliano — a pag. 15

Chatbot, creatività e contenuti L'AI non spaventa i consumatori

Ricerca Capgemini. Più di sette persone su dieci si fidano dei contenuti creati dall'intelligenza artificiale generativa, dalla finanza alle diagnosi cliniche fino ai consigli personali. Minore sensibilità sui rischi etici

Giampaolo Colletti
Fabio Grattagliano

Per mamma e papà c'è un messaggio che arriva dal futuro. E non è affatto confortante. La mittente si chiama Ella ed è una bambina di nove anni che diventa adulta grazie alla tecnologia deepfake, quindi con l'uso di video e immagini generate artificialmente tramite l'apprendimento automatico. Ella è la protagonista della nuova campagna #ShareWithCare di Deutsche Telekom. Nel video diventata grande si rivolge ai suoi genitori mandando un monito sulle conseguenze della condivisione delle sue foto da bambina. Obiettivo della campagna: illustrare i danni della condivisione impropria dei dati dei più piccoli ad opera di genitori armati di smartphone connessi ai social. È la pratica nota come sharenting, ossia il rilancio social della vita dei propri figli. Missione assai difficile per questa campagna tedesca. Perché mai come oggi la tecnologia, in testa all'intelligenza artificiale, gode di una fiducia smisurata tra i consumatori di tutto il mondo. «Arriverà il momento in cui saremo per i robot cosa sono oggi i cani per gli umani e io faccio il tifo per le macchine». Lo disse più di trent'anni fa Claude Shannon, ingegnere e matematico statunitense, padre della teoria dell'informazione. Shannon non sarebbe arrivato a vedere le evoluzioni dell'intelligenza artificiale degli ultimi anni, eppure

questa frase è tornata a girare in queste settimane nelle chat dei marketer americani. Oggi il più chiacchierato argomento hi-tech – ossia quell'intelligenza artificiale ossessione per tutti gli operatori – è diventato più familiare. È quanto emerge dall'ultimo rapporto del Capgemini Research Institute dal titolo "Why consumers love generative AI", che analizza come i consumatori adottino le applicazioni di AI generativa e come questa tecnologia stia rivelando determinante per accelerare il futuro digitale delle relazioni tra utenti e brand. L'indagine quantitativa è stata condotta su 10 mila consumatori in 13 Paesi al mondo, Italia compresa. A questa attività è stata associata un'analisi della percezione dei consumatori sui social e sui motori di ricerca.

Massima fiducia sull'AI

Oggi il 73% dei consumatori a livello globale sostiene di fidarsi dei contenuti creati dall'AI. Di fatto un utente su due conosce le ultime innovazioni e ne ha già fatto esperienza diretta. L'adozione è trasversale alle varie fasce anagrafiche, tanto che oltre la metà degli intervistati appartenenti a tutte le generazioni – compresi i baby boomer – dichiara di aver utilizzato questa tecnologia. Già oggi il 53% degli intervistati si affida all'AI generativa per la propria pianificazione finanziaria. A livello globale il 67% ha dichiarato che potrebbe affidarsi all'AI per ricevere una diagnosi o una consulenza medica, mentre il 63% vede con favore la possibilità che questa

tecnologia favorisca la scoperta di farmaci più precisi ed efficienti. Ma c'è di più. Intanto ben il 66% degli intervistati si sono detti disposti a chiedere consigli all'AI generativa per le relazioni interpersonali o per i progetti di vita e di carriera e addirittura questo dato arriva al 70% nel caso dei boomer. Oggi il 70% dei consumatori utilizza strumenti di AI generativa quando è alla ricerca di consigli su nuovi prodotti e servizi e il 64% afferma di essere pronto a fare acquisti in base a queste raccomandazioni. Intanto il 43% desidera che le aziende la implementino nelle interazioni con i clienti, dichiarandosi entusiasta delle esperienze coinvolgenti e interattive. E c'è addirittura un 67% che si aspetta suggerimenti personalizzati in materia di moda e arredamento. La ricerca ha rilevato che i consumatori utilizzano l'AI generativa per scopi creativi, come la generazione di contenuti (52%) e il brainstorming creativo (28%).

«Già oggi questi strumenti rispondono alle richieste degli utenti in modo chiaro e facilmente comprensibile ed è possibile che i consumatori equiparino questa chiarezza alla precisione. Inoltre le applicazioni più diffuse sono sostenute da aziende tecnologiche conosciute e il cui sostegno può aumentare i livelli di fiducia dei consumatori. Da un'ulteriore analisi dei consumatori che utilizzano frequentemente questa tipologia di applicazioni è emerso che i livelli di soddisfazione sono più elevati per chatbot, gaming e casi d'uso che riguardano la ricerca, mentre la sod-

disfazione è elevata per tutte le fasce d'età», afferma Niraj Parihar, Ceo dell'Insights & Data Global Business Line di Capgemini e membro del Group Executive Committee.

Bassa consapevolezza

L'esperienza diventa un fattore chiave nelle interazioni dell'intelligenza artificiale con i consumatori: il 62% si sente a proprio agio con l'implementazione di questa tecnologia nel marketing e nella pubblicità, a condizione che non abbia un impatto negativo sulla propria esperienza complessiva. Ma attenzione. All'elevato tasso di adozione non sempre

corrisponde la comprensione del funzionamento di questa tecnologia e dei rischi associati. Così la fotografia è in chiaroscuro nella consapevolezza dei rischi etici e dell'uso improprio della tecnologia. Il 49% dei consumatori non è preoccupato dalla possibilità che l'AI generativa venga utilizzata per creare fake news e soltanto un timido 34% teme gli attacchi di phishing. Anche la comprensione sui rischi etici è bassa: il 33% si dichiara preoccupato per i problemi di copyright, mentre soltanto il 27% teme l'uso di algoritmi per copiare modelli o formule dei prodotti dei competitor. «Se da un lato la regolamen-

tazione è fondamentale, dall'altro lato anche i partner commerciali e tecnologici svolgono un ruolo determinante nell'informare sulle misure di tutela che rispondono alle problematiche legate all'etica e all'uso improprio dell'AI generativa», conclude Parihar. Sapersi orientare tra reale e virtuale diventa una condizione essenziale. È quanto racconta in Francia la nuova campagna della Croce Rossa, che mostra immagini drammaticamente reali di conflitti bellici tuttora in corso. La dura realtà del mondo di oggi, oltre la virtualità patinata dell'intelligenza artificiale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI DELLA RICERCA

TUTTI PAZZI PER L'AI

Il 51% dei consumatori nel mondo conosce modelli di intelligenza artificiale. Oltre la metà degli intervistati si affida già all'AI per la propria pianificazione finanziaria (53%), mentre il 67% potrebbe farlo per ricevere una consulenza medica. Intanto il 66% sono disposti a chiedere consigli all'AI per relazioni interpersonali o per progetti di vita e carriera. È quanto emerge dall'ultimo rapporto del Capgemini Research Institute dal titolo "Why consumers love generative AI".

ITALIANI SEMPRE PIÙ CONNESSI

Il 72% degli italiani si fida dei contenuti scritti dall'AI generativa. In Italia la percentuale di coloro che adottano già l'intelligenza artificiale è leggermente più alta rispetto al dato globale: siamo al

54% degli intervistati rispetto al 51% nel mondo. Da noi la creazione di contenuti è l'uso principale che i consumatori fanno dell'AI generativa (60%), mentre il secondo utilizzo riguarda il reperimento di informazioni su scienza, storia, economia (27%).

AI OLTRE I GIOVANI

L'alto livello di soddisfazione dei consumatori che utilizzano frequentemente l'AI generativa varia poco in base all'età anagrafica: in Italia per chatbot come ChatGPT la generazione X è quella con il grado di soddisfazione più alto, seguita da millennial, zoomer e boomer. Intanto la generazione Z è la fascia con maggiore fiducia nell'AI in campo medico (70%), mentre i boomer sono quelli più restii (42%).

In Italia la percentuale di persone che utilizza l'AI è leggermente più alta rispetto al dato medio globale



