Così si finanzia la fabbrica delle fake news

L’inchiesta pubblicata dal New York Times sullla fabbrica delle bufale che distorce il confronto politico in Italia ha generato uno scontro tra i partiti fatto di accuse reciproche e tentativi di risolvere la questione a suon di leggi. Ma quanto è profonda la tana delle fake news? Dove conducono le ramificazioni delle bugie che rendono tossico il confronto in rete e il dibattito pubblico? Dove si arriva seguendo l’intreccio tra post virali, banner online e agenzie di broker pubblicitari?

ROMA È un algoritmo antico quanto l’uomo quello che muove la fabbrica delle “fake news”, la centrale dalle migliaia di IP che, da almeno due anni, pompa on-line il veleno che intossica la Rete, i social e, con loro, il dibattito pubblico, preparandosi a condizionare una campagna elettorale che già parte con le peggiori premesse.

Quell’algoritmo si chiama denaro. Un fiume. Che si muove attraverso i banner della pubblicità on-line e i broker – tra loro, lo vedremo, anche una società russa – che la negoziano.

C’è chi ha cominciato a offrirne a prezzi sin qui mai visti. E il banco è di chi ha più traffico, più visualizzazioni. Di chi “viralizza” con il sangue agli occhi su temi capaci di dividere. Fino a diecimila euro al giorno di guadagno per chi impasta odio, piuttosto che alzare fumo, su migranti, sicurezza, omosessualità, sanità, e, naturalmente, Politica. Non quella dei fatti, ma della “character assassination”,

dell’assassinio della reputazione dell’avversario. È una storia la cui coda in chiaro è nella violenta polemica di quest’ultima settimana tra Pd, Lega, Movimento Cinque Stelle su chi sarebbero le vittime e chi i carnefici del sistema. Chi gli artigiani del falso e chi i committenti. Ma è una storia che, a monte, ha altri indirizzi e protagonisti. Che porta a Londra, a Mosca, in Albania, ai domicili virtuali di sedicenti e improbabili “publisher”, imprenditori editoriali della Rete, spesso nascosti dietro Troll, e che Repubblica ha ricostruito cominciando da una fabbrica di manufatti in alluminio a Terni.
Dove, in una sera gelida di novembre, durante la pausa di cambio turno, Leonardo, un metalmeccanico di 34 anni, ex punk, la terza media in tasca e i soldi per comprare il primo modem non più di sei anni fa, apre le porte del Sistema.
Leonardo di cognome fa Piastrella. E in Rete, fino al giorno in cui ha deciso di sfilarsi la maschera e cominciare a girare le scuole con il suo vero nome per illuminare i cavalieri neri dell’intossicazione online, era conosciuto come Ermes Maiolica, il più noto “bufalaro” italiano. Ne ride da solo Leonardo di quella trovata, non esattamente originale, che lo aveva trasformato da uomo in Troll «Piastrella… Maiolica» – e che lo ha protetto per anni. Trasformare il falso in verosimile e quindi in vero, viralizzandolo, è stato per lui un altro modo per portare avanti la sua personalissima “rivoluzione punk”. Per dimostrare che “il Re era nudo”.
Finché il gioco si è fatto sgradevole e troppo gravido di conseguenze. «Il mercato delle bufale è molto più semplice di quello che uno può pensare esordisce Leonardo – C’è chi ha i soldi, i broker pubblicitari. E chi ne prende una percentuale, i gestori dei siti. Più traffico hai, più soldi prendi dalla pubblicità. Si è sempre detto che lo stratagemma per avere molto traffico, fosse disporre di un buon algoritmo in grado di adattare i contenuti agli umori e alle preferenze del pubblico». Nelle parole di Maiolica, l’algoritmo ha un significato fulminante nella sua semplicità. «Ho la terza media e gli algoritmi non li ho studiati. Mi è bastato capire che l’algoritmo è la formula che risolve un problema. Mi sono

detto: se esiste un algoritmo che risolve un problema, deve esistere un contro-algoritmo che il problema lo crea e che ne moltiplica l'effetto in termini di viralizzazione. Ecco, i bufalari creano dei contro-algoritmi. Lavorano sui nervi scoperti dei gruppi di discussione sui social. Comprendono quali temi sono potenzialmente in grado di incendiarli e il gioco è fatto. Basta dare fuoco. Nei giorni del diesel gate, misi in piedi un falso concorso ai cui partecipanti la Volkswagen regalava auto. L'azienda ebbe i call center intasati per ore e fu costretta a fare un comunicato stampa».

Un giorno, alla porta di Leonardo, come a quella di alcuni suoi amici hacker e ingegneri sociali, cominciano a bussare i broker pubblicitari. Cercano gente che faccia traffico e i bufalari sono i re del traffico. Le società lavorano in un mercato dove la parte del leone l'ha sempre fatta Google Ads ma da quando è cominciata la storia delle fake news, e Google ha stretto le maglie, tagliando fuori dai dividendi pubblicitari i bufalari, si è liberato spazio per una nuova forma di concorrenza.

Le società, tra le altre, si chiamano Criteo, Chamaleon, Adnow. E, un anno e mezzo fa, sul mercato italiano, si aggiunge una startup che brilla per aggressività e redditività: Clickio.

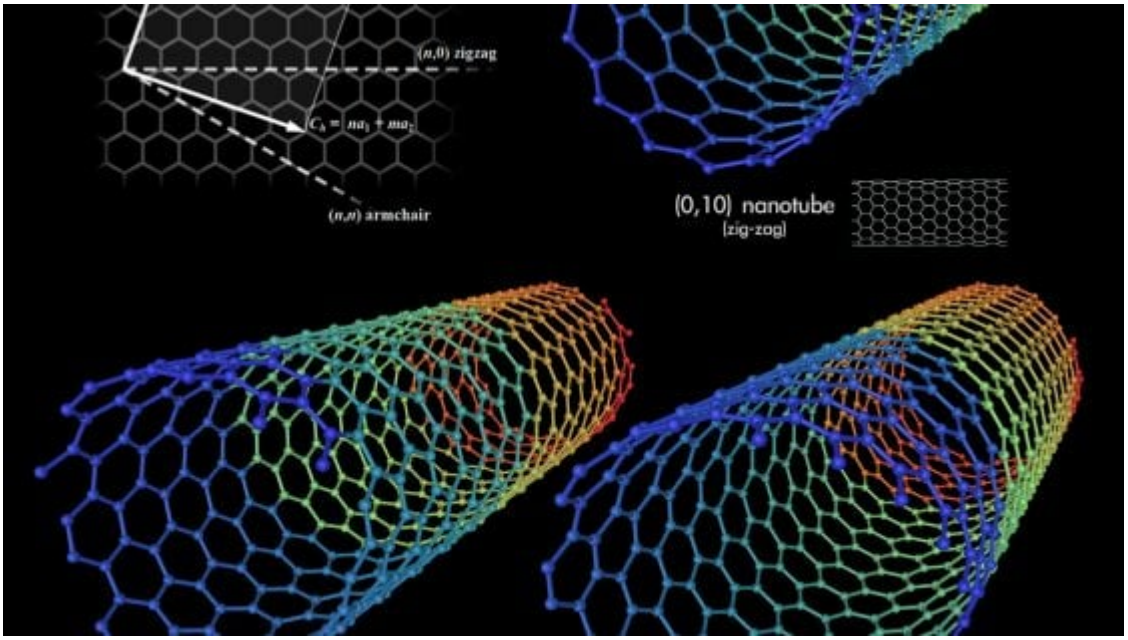
Più che una startup Clickio è un satellite. La casa madre è la russa AdLabs, la più importante azienda pubblicitaria del paese. Uffici a Mosca, Praga, Cipro e ora anche a Londra dove ha sede la direzione commerciale che sovrintende il mercato italiano.

Un ingegnere sociale, che chiede a Repubblica l'anonimato consapevole di violare un segreto che può costargli caro, racconta che Clickio non solo offre tariffe fino a cinque-sei volte superiori alla media di mercato. Ma, in alcuni casi, arriva a suggerire ai "publisher", direttamente o indirettamente, i temi su cui costruire contenuti. Dove per "indirettamente" si intende individuare come cliente privilegiato chi, in Italia, scrive di migranti, terrorismo islamico, reati commessi da stranieri. O chi celebra la Russia

di Putin.
Al 32-38 di Leman Street, a Londra, ha l'ufficio Jacopo Gerini, direttore commerciale di Clickio.
Ascolta le domande di Repubblica, sorride quando comprende dove si vada a parare e con garbo dice: «Capisco che il fatto che il proprietario sia russo e possa far pensare a chissà cosa, ma l'azienda ha sede in Gran Bretagna e qui non c'è niente da nascondere. Siamo una piattaforma di ottimizzazione che consente ai nostri clienti di poter raggiungere un incremento medio tra 20 e 40 per cento dei ricavi pubblicitari. Abbiamo un policy team dedicato che controlla la qualità dei siti, collaboriamo con Google Ads e abbiamo criteri molto rigidi nella scelta dei partner. Evitiamo di lavorare con publisher e siti che hanno una visione di parte o che, ad esempio, violano le regole di "brand and family safety" (un esempio, la speculazione sulla morte di qualcuno). Non abbiamo mai imposto ai publisher i loro temi di discussione in quanto la nostra esperienza e' esclusivamente nell'ottimizzazione e non nell'editoria. Vogliamo semplificare la vita ai publisher che faticano a comprendere il mercato pubblicitario».
Conviene tenere conto di quello che dice Gerini. E verificarlo. Un'altra volta. A Udine. Dove lavora David Puente. Ex consulente della Casaleggio Associati, è uno dei più capaci, affidabili e profondi conoscitori della comunicazione on line. In gergo, è un debunker, uno svelatore di mistificazioni. Un cavaliere bianco. Con lui, si fa un'interessante scoperta. Il banner di Clickio è associato (e dunque fa inserzioni pubblicitarie) ad almeno tre siti tra quelli che i formidabili tools informatici di Puente monitorano costantemente a caccia di bufale.
In un pezzo del sito scenarieconomici. it, si legge: "Isis, parte la campagna del terrore per le festività natalizie. Sul web le minacce e le immagini al limite dello splatter". In un altro, che polemizza con Renzi e Marchionne, si finisce su direttanews. it , la testata on-line con sede legale a Velletri (in provincia di Roma), citato dalle inchieste di

BuzzFeed e del New York Times e oggetto delle denunce dal palco della Leopolda di Matteo Renzi. Un terzo, documenta come cliente di Clickio lantidpomatico. it, sito il cui gestore è un consulente dell'ufficio legislativo dei 5 Stelle alla Camera.
«Bene arrivati al cuore del problema – dice sorridendo Puente – È il denaro della pubblicità che alimenta il mercato delle bufale. Se poi aggiungiamo che molti dei bufalari si muovono spinti anche da una propria ideologia politica, ecco spiegata la ragione di un mercato così in ebollizione. C'è chi si mette in vendita per soldi. Chi per soldi e convinzione politica, diciamo così. Il che, dal suo punto di vista, elimina anche qualsiasi residuo scrupolo etico».
È una corsa al nuovo oro dove c'è posto per tutti. Per Paesi – la Russia di Putin – impegnati in operazioni di influenza. Per avventurieri sull'altra sponda dell'Adriatico. «Qualche settimana fa, ho scoperto siti di bufale in lingua italiana con proprietari due ragazzi albanesi di Lezhe. Il che conferma come, alla vigilia della campagna elettorale, l'offerta di bufale sia destinata a crescere. Diciamola così: l'Italia che si prepara alle elezioni è una bufala da mungere». Anche perché, la Politica, anche stavolta, sembra non voler capire. «Anziché ragionare sulla necessità di accordi tra autorità, aziende e paesi stranieri che rendano pienamente trasparente e veloce l'individuazione delle proprietà dei domini cui si appoggiano i siti di bufale – prosegue Puente – mi sembra che la discussione sia più interessata a utilizzare la questione delle fake news come strumento di attacco all'avversario politico. Con l'effetto paradossale di depotenziare il problema e di non capire che tutte le forze politiche sono potenzialmente vittime del Sistema. Che i nemici sono i Troll senza nome e il denaro che li alimenta».
E a proposito di bufale e troll, da qualche giorno, in rete ha cominciato a fare capolino un certo Vincenzo Ceramica. Provate a indovinare chi sia.

Nuovo paradigma: la rete del tutto



L'internet delle bio-nanocose permetterà di mettere in rete oggetti molecolari e macroscopici

L'internet delle nanocose non è un'applicazione solitaria ma, ancora prima di nascere, ha già un fratello: l'internet delle bio-nanocose.

A introdurci in questo mondo è Murat Kuscu, giovane ricercatore dell'Università di Cambridge, impegnato da tempo in questo campo. Kusku definisce l'internet delle bio-nanocose come "una rete informatica dove unità funzionali sulla nanoscala e unità biologiche – come nano-biosensori, cellule viventi, batteri ingegnerizzati – sono connessi tra loro e con un network convenzionale macroscopico".

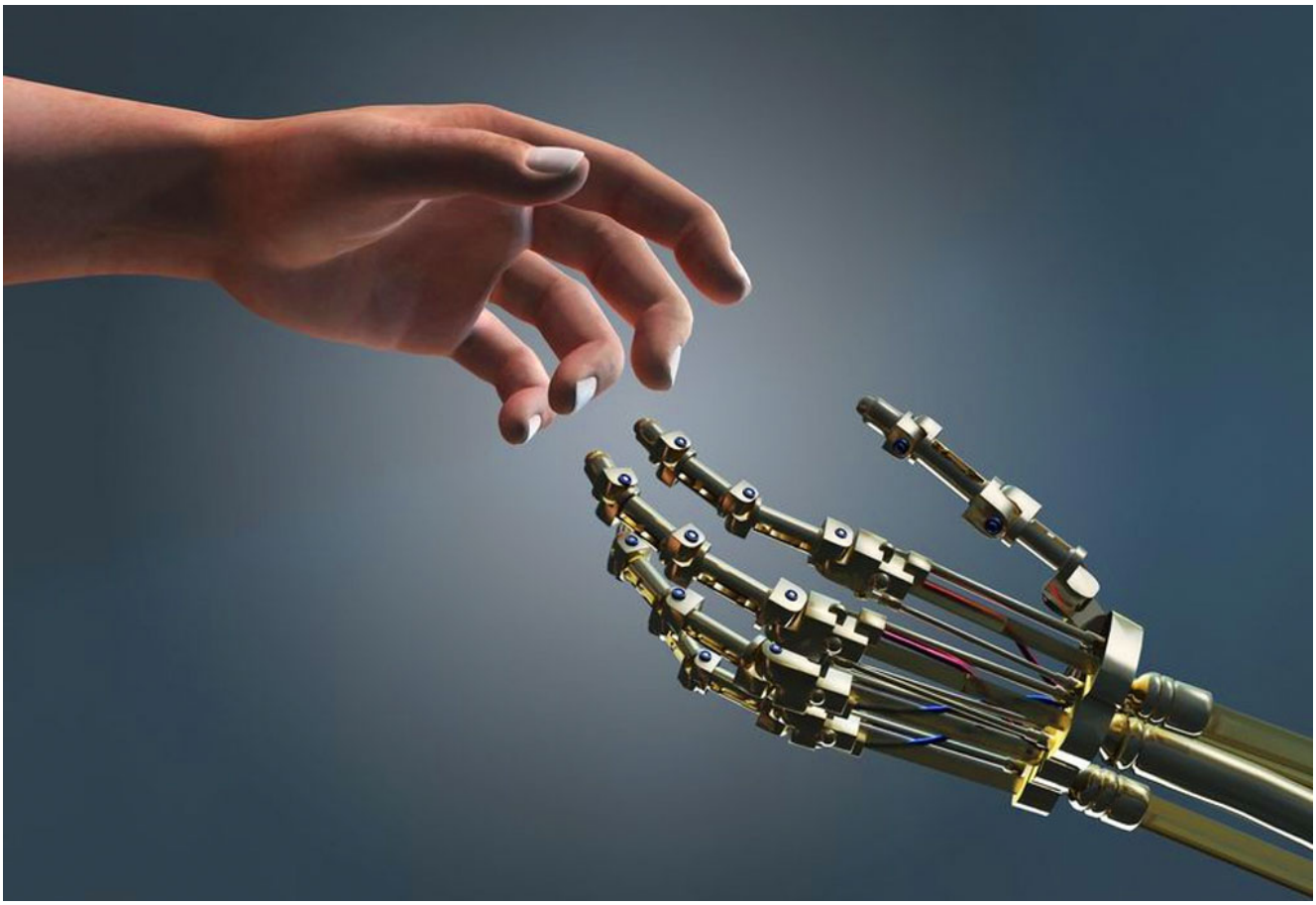
Pioniere di questa modalità di realizzazione di un network di oggetti nanometrici è stato lo stesso ricercatore che sette anni fa introdusse per primo il concetto di Internet delle nanocose, ossia Ian Akyildiz, dell'Istituto di Tecnologia della Georgia. Due anni fa Akyildiz, assieme ad alcuni suoi

collaboratori, descrisse infatti per la prima volta sulla rivista “Ieee Communications magazine” le condizioni per realizzare l’internet delle bio-nanocose.
Nelle reti composte di nanocose a comunicare tra loro sono sensori e macchine di dimensioni molecolari. Nel caso dell’internet delle bio-nanocose, invece, i nodi della rete sono le cellule o gli organismi biologici molecolari.
Le cellule, infatti, possono essere considerate come delle nano-macchine capaci di calcolare, interagire e comunicare. Il nucleo costituisce il luogo dove vengono processati e memorizzati i dati; i mitocondri la riserva energetica di cui dispone ogni macchina; mentre i trasmettitori molecolari e i recettori chimici sono i sensori sul mondo esterno.
Questi nodi comunicano tra loro non attraverso delle onde elettromagnetiche, ma tramite segnali chimici o impulsi elettrici.
L’internet delle bio-nanocose, nelle parole di Kuscu, può trasformare potenzialmente “il modo con il quale ci connettiamo e comprendiamo il mondo nelle sue fondamenta, fornendo nuovi metodi per intervenire sui processi biologici all’interno degli organismi viventi a livello di singola molecola”.
Il ricercatore inglese considera l’internet delle bio-nanocose “un nuovo paradigma” perché permetterà di mettere in rete oggetti molecolari e macroscopici. Un paradigma che “giocherà un ruolo essenziale soprattutto nella sanità di domani” perché “siamo sicuri che questa tecnologia trasformerà radicalmente la nostra attuale comprensione su diagnosi e terapia”, consentendoci di “sviluppare nuovi metodi diagnostici per una varietà di malattie: dai tumori all’Alzheimer, fino alle lesioni della colonna vertebrale”.
Quest’ultimo obiettivo non è però dietro l’angolo. “Non abbiamo ancora nanomacchine individuali, come bio-nanosensori o nanorobot, capaci di operare autonomamente”, e ancor meno reti di questi oggetti connessi a internet. Secondo Kuscu, quindi, occorrerà attendere ancora almeno 20 anni perché queste promesse si realizzino.

Tuttavia, la ricerca è in corso, e la direzione è chiaramente tracciata: il suo team di ricerca – guidato da Ozgur B. Akan e chiamato “Internet of Everything Group”, sta affrontando le sfide richieste dalla realizzazione di nanomacchine e dalla loro connessione con il mondo biologico. In particolare, con il progetto Minerva – finanziato dall’European Research Council (Erc) con 1,8 milioni di euro – il suo gruppo sta studiando le fondamenta del sistema nervoso per “sviluppare nano-network artificiali” ispirati dal mondo biologico assieme a bio-nano macchine con l’obiettivo di costruire strumenti diagnostici e di cura in grado di intervenire su alcuni disturbi neurologici.
In un altro progetto, realizzato in collaborazione con il Graphene Centre di Cambridge, il team di Akan sta anche lavorando alla sintesi di “interfacce neurali biocompatibili basate sul grafene” pensate per connettere network molecolari con reti macrocopiche. E ancora, il suo gruppo di ricerca sta cercando di costruire sinapsi artificiali, nano-network interamente ottici che sfruttano fenomeni di fluorescenza o ricetrasmettitori al grafene sulla banda dei Terahertz: tutti apparati che “giocheranno un ruolo chiave nella realizzazione di applicazioni per l’internet delle bio-nanocose”.
L’obiettivo di tutto questo lavoro è “realizzare l’internet del tutto per un Universo connesso”. Un obiettivo affascinante, che un domani potrebbe diventare raggiungibile.

Anno 2017: “partorito” il primo figlio totalmente

artificiale



Il 2017 è un anno significativo, forse storico, per chi guarda allo sviluppo tecnologico con occhi da “futurologo”, se dobbiamo dar credito a quanto riportato – invero in ritardo – dalle principali agenzie stampa internazionali, in occasione della ripubblicazione dell’articolo di un team di ricercatori di Google Brain, settore di ricerca sulle neuroscienze applicate all’intelligenza artificiale del gigante di Mountain View.

Quest’anno, infatti, una rete neurale “madre”, denominata “AutoML – Automatic Machine Learning”, ha generato la prima rete neurale “figlia”, denominata “NASNet” **senza necessità di alcun intervento umano.** Si tratta del primo “parto digitale” autonomo al mondo.

NASNet è quindi il primo “bimbo” nato da un AI: un figlio istruito – sempre dal genitore digitale, e non dall’Uomo – a riconoscere in modo straordinariamente efficace gli oggetti che compaiono all’interno di un video, compito che svolge

eccellentemente fin da “piccolo”, in quanto i test eseguiti con due dei maggiori set d’immagini al mondo – ImageNet e Coco – hanno raggiunto in termini di prestazioni l’82,7% di precisione nel riconoscimento degli oggetti, l’1,2% superiore alle prestazioni dei migliori sistemi loro precedenti.
Generò già un forte interesse nella comunità scientifica, e non solo, la notizia di un precedente esperimento del team di ricerca di Google, che dimostrò come alcune potenti reti avevano imparato – durante le proprie interazioni comportamentali – a proteggere i propri messaggi da occhi indiscreti, **compresi quelli degli esperti umani che li istruivano**, e – ancor prima – i risultati conseguiti da Annabell, acronimo di Artificial Neural Network with Adaptive Behavior Exploited for Language Learning, un modello di cervello simulato al computer costituito da due milioni di neuroni artificiali collegati da 33 miliardi di sinapsi virtuali, e utilizzato da ricercatori italiani per tentare di replicare strutture e processi che avvengono ogni momento nella nostra mente, rete che **non usò** regole precodificate per elaborare le informazioni, imparando a rispondere a 1.500 frasi di input attraverso gli stessi meccanismi che sono alla base dell’apprendimento nel cervello umano, e soprattutto **senza alcuna conoscenza linguistica precodificata dall’uomo**.
Tuttavia, questo ulteriore e recente “traguardo” raggiunto dall’AI progettata da Google, ovvero la creazione di un “figlio” senza necessità di assistenza umana, riporta di attualità il dibattito a suo tempo generato dalle affermazioni di uno dei più noti scienziati viventi, Stephen Hawking, che – come riportavo nel mio libro “Il sex appeal dei Corpi Digitali” disse: *“Lo sviluppo pieno dell’intelligenza artificiale potrebbe significare la fine della razza umana. Gli esseri umani sono limitati dalla lenta evoluzione biologica, e non potranno competere – e saranno superati – dal mondo del digitale, che potrebbe evolvere rapidamente e detronizzare gli esseri umani come gli abitanti più intelligenti della Terra. E se computer auto-programmanti mandassero comandi ostili agli oggetti di uso quotidiano che*

noi stessi abbiamo posto sotto la loro responsabilità?”.
Ci consola sapere che NASNet è stata creata in modalità open-source, ovvero basata su un software il cui codice è accessibile, migliorabile e di libero utilizzo. L’appello dei ricercatori è “di costruire nuovi schemi basati su questi modelli, per affrontare una moltitudine di problematiche che finora non abbiamo neanche immaginato”: in qualche modo, il processo dovrebbe quindi essere trasparente e sotto controllo della comunità scientifica, fermo restando che – invece – ciò che sta accadendo in questo stesso momento in ambito militare resta un segreto e quindi un mistero.
I campi di applicazione per questo nuovo “giocattolo digitale” paiono comunque pressoché infiniti: dalla guida autonoma delle vetture, alla produzione industriale di precisione, alle soluzioni di alta tecnologia per la salute a favore dei portatori di handicap. Ma insieme all’entusiasmo monta la preoccupazione: teoricamente e potenzialmente, siamo appunto innanzi a una macchina in grado di prendere decisioni in assenza dell’intervento umano.
In un recente articolo del settimanale britannico “New Scientist”, il giornalista Michael Brooks ha intervistato esperti delle università di Cambridge e Bristol, che hanno denunciato come la tendenza ad antropomorfizzare le AI – immaginandole ad esempio come “robot ostili” – ci impedisca di renderci conto che le applicazioni di intelligenza artificiale sono invece già tutto intorno a noi: decidono il nostro premio delle assicurazioni, mixando in brevissimo tempo un’incredibile quantità di dati che ci riguardano estrapolati dalle tracce che lasciamo quotidianamente online, scoprono le truffe sul web esaminando tutte le transazioni sospette e le denunciano ai servizi di sicurezza dei gestori delle carte di credito, si occupano di dare le prime risposte agli utenti nei call-center più evoluti, e sono coinvolte nel calcolo del possibile grado di recidività dei criminali, supportando i giudici della definizione della pena da comminare, in alcuni tribunali sperimentali in USA.
Il problema in ogni caso pare essere – più che lo scenario da

futuro distopico, con le macchine che prendono il potere sull'uomo – l'assenza di norme certe, in grado di stabilire confini e corretti pesi ponderali uomo/macchina: fino a non più di una quindicina di anni fa, ragionamenti come questi avrebbero fatto parte del dominio della fantascienza, oggi invece chiamano in causa discipline non solo come il neuromarketing, ma anche le scienze sociali la giurisprudenza. Esistono documenti di indirizzo, come la carta della Robo-Etica scritta dal British Standard Institute, o il documento dell'UE che sollecita la creazione di un vero e proprio Ente preposto al controllo su questi delicati scenari. Il tema vero quindi è capire quando questi complessi algoritmi sono utilizzati per prendere decisioni, in quale modo lo fanno, con quale influenza sulla nostra vita di tutti i giorni, e con quale grado di trasparenza. Attualmente, nessuna delle blande azioni di advocacy promosse da ONG e gruppi di pressione ha smosso di un millimetro i colossi del web e del mondo digitale, che questi algoritmi li controllano e che non hanno alcuna intenzione di condividere pubblicamente i criteri alla base del loro funzionamento.
Certamente, un limite evidente le AI ce l'hanno: possono anche loro imparare dall'esperienza, ma non sono dotate di "intelligenza emotiva", non sanno stringere relazioni, e non ne percepirebbero neppure l'utilità. Soprattutto, ha dichiarato Neil Lawrence, ricercatore dell'Università Britannica di Sheffield, non sono in grado di emulare la capacità dell'Uomo di immaginare e costruire scenari futuri, e – a differenza degli esseri umani – sono prive della più importante delle caratteristiche motivazionali di lungo periodo: non hanno "uno scopo nella vita". Per ora, perlomeno.

Torino, alla scuola Peyron sono gli studenti a scrivere il bilancio sociale

Gli alunni di elementari e medie al lavoro per descrivere le ricadute positive della loro scuola anche con disegni e video: "Racconteremo tutto, dalle lezioni di coding fino alle lezioni in ospedale"

A fare il bilancio sociale della scuola Peyron di Torino penseranno gli alunni. "Hanno compreso cos'è e a cosa serve e hanno deciso, insieme ad alcuni docenti, di occuparsene direttamente", spiega la preside Tiziana Catenazzo. E racconta: "Stanno quindi lavorando per arrivare a un documento che fornisca solo dati essenziali sull'efficacia delle strategie attivate, in modo da consentire a tutti di verificare i risultati, anche dal punto di vista delle ricadute sociali e della qualità della vita".
Il bilancio sociale è diventato un obbligo per le scuole. Solitamente se ne occupano gli adulti, ma nel caso dell'istituto comprensivo torinese saranno anche gli alunni a collaborare. "Il compito di realtà è appena partito, e le

discussioni di questi giorni vertono sulla descrizione del contesto e la definizione degli obiettivi. I bambini sono molto concreti”, dice la maestra Susj Brotto della quinta A.
Nel documento i giovanissimi allievi dovranno cercare di misurare i risultati conseguiti dalla loro scuola. Dopodiche, “penseremo a comunicarlo entro la fine dell’anno”, dice Mia, una delle studentesse coinvolte. “Il nostro documento sarà un facile strumento di informazione delle azioni messe in atto dalla scuola”, aggiungono Matteo, Lavinia, Paolo e Gabriele.
Spesso i bilanci sociali sono freddi e non semplici da capire. Alla Peyron però il documento sarà ricco di disegni, racconti, video: “Vogliamo una formulazione molto semplice il cui stile e contenuti verranno scelti da noi alunni”. Ci lavoreranno allievi sia delle elementari che delle medie e la quinta A di via Ventimiglia sta facendo da apripista. “Abbiamo svolto – spiega Cecilia – diversi laboratori. Ci siamo soffermati sul benessere del nostro quartiere e siamo andati a visitare Palazzo Nervi Abbiamo anche parlato di un argomento come il bullismo su cui abbiamo ragionato molto. Vogliamo essere bravi cittadini e quindi parteciperemo a laboratori in cui parleremo di cittadinanza”.
Le riflessioni partono da quanto ogni giorno si fa in classe, e come lo si fa. “Nella nostra classe si sta molto insieme, principalmente si gioca in compagnia oppure si lavora in gruppo – scrive Caterina – di litigi nella nostra classe non ce ne sono quasi mai, di solito siamo molto attivi”. Alcune classi stanno pensando di sviluppare un lavoro sulle emozioni utilizzando il coding (scratch), altre di proporre una rendicontazione fondata sulla pedagogia dei genitori e sui gruppi di narrazione per l’orientamento, oltre che di spiegare come da anni si lavora sull’inclusione con ottimi risultati.
Per non dimenticare il lavoro svolto nella sezione ospedaliera della Peyron, che è Scuola Polo regionale per l’istruzione in ospedale da oltre vent’anni.

Economia circolare: se i mobili di una banca “fanno ricco” il terzo settore

Bnl, banca del gruppo Bnp Paribas, ha dismesso oltre dieci mila pezzi che, attraverso Legambiente, sono stati destinati a onlus, scuole e associazioni in difficoltà

Il sogno di una casa da realizzare attraverso un mutuo, la nuova macchina o cameretta per i figli da acquistare con un prestito oppure quel gruzzoletto da far crescere “per quando si andrà in pensione”. Le scrivanie, le sedie, i salottini di una banca potrebbero raccontare la storia e i desideri di alcune generazioni di uomini e di donne. O quelli delle

migliaia di dipendenti che in quelle stanze hanno trascorso gran parte delle loro giornate lavorative. Dopo anni, però, le esigenze lavorative cambiano: agli uffici personali si sostituiscono gli open space, ai tavoli di lavoro si preferiscono le soluzioni “multifunzione”. Così quei mobili non servono più e vengono destinati alla discarica. Bnl, brand del gruppo Bnp Paribas, ha scelto diversamente.

Nuova vita

Ha voluto dare “nuova vita” a quasi 10 mila pezzi d’arredamento provenienti dalle otto sedi della Banca Nazionale del Lavoro (Bnl) di Roma. Per dare un’idea del volume occupato si può pensare a quattro campi da calcio affiancati. Un’enorme mole di oggetti che avrebbero dovuto essere gettati dopo l’accorpamento dei dipartimenti nell’edificio che ospita la nuova direzione generale di viale Altiero Spinelli nella Capitale e invece saranno utilizzati da circa un centinaio tra scuole, onlus, imprese sociali ed enti

no profit. «Sarebbe stato più facile dismettere tutti gli arredi che, oggi, stoccati occupano 20 mila metri quadri nei magazzini – racconta Claudia Schininà, Corporate Social Responsability Officer -e invece l'azienda ha preferito attivarsi per dare vita ad un'economia circolare: i mobili di pregio, sono stati reinseriti nella nuova sede, gli altri di design, moderni o vintage sono stati donati».

Una nuova sede

La nuova sede, chiamata Orizzonte Europa, inaugurata pochi mesi fa, si sviluppa su 12 piani per un totale di 75 mila mq. E' concepita secondo logiche di smart working, con spazi moderni, aperti e ampie zone condivise come la palestra, il ristorante, l'auditorium, l'asilo. Prevale l'idea dell'"ufficio diffuso" dove si lavora in maniera dinamica e interattiva. L'arredo precedente non era utilizzabile nella nuova sede. Da qui l'idea della cessione gratuita.« Abbiamo chiesto ai nostri 15mila dipendenti di segnalarci i

destinatari meritevoli – prosegue Schininà -. Da questo matching è nata l'iniziativa che è ancora in corsa e che si concluderà sotto Natale». « Abbiamo poi cercato un partner che ci aiutasse a selezionare le realtà più affidabili a cui regalare i nostri beni, e ci garantisse una certificazione da "mettere a bilancio sociale"».

Il partner

La scelta è caduta su Legambiente, una delle associazioni più capillarmente distribuite sul territorio italiano. L'accordo siglato prevede che Bnl gruppo Bnp Paribas ceda gratuitamente a Legambiente i propri beni aziendali per un riutilizzo sociale. E che Legambiente scremi tra le 300 realtà individuate dai dipendenti della Banca tra associazioni, scuole, enti no profit. «È stata una sfida – spiega Enrico Fontana responsabile nazionale Economia Civile di Legambiente – la mole di oggetti da gestire era enorme. Si doveva procedere con equità e andare a certificare i destinatari. Ma il dono è stato per alcuni una boccata d'ossigeno. Basti pensare alle scuole – come l'istituto comprensivo Pirandello di Roma – che da anni non riescono a rinnovare i propri locali».

Le scuole

Gli istituti scolastici effettivamente raggiunti saranno circa una sessantina, e quasi altrettante le associazioni non profit. «La storia che più mi ha colpito? -prosegue Fontana – quella dell'associazione di promozione sociale che lavora con i ragazzi disabili, La Grande Quercia di Anzio che doveva arredare la nuova sede a Lavinio (Rm). Obiettivo centrato li abbiamo aiutati con suppellettili a riuso ecosolidale». Una buona pratica che nell'intenzione delle due realtà, Bnl del gruppo Bnp Paribas e Legambiente, sarà ripetuta. «Se solo il governo inserisse in manovra anche una diminuzione dell'iva

dal 22% al 4% per i mobili a riuso sociale – conclude Fontana – ci avvicineremmo un passo verso gli obiettivi di sviluppo sostenibili dell’Agenda Onu 2030».