



COMUNIDAD PERSONAS EMPRESAS

POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE-AUT.N° LO-NO/01392/10.2025 STAMPE IN REGIME LIBERO



pág
IV

Marco Bucci
Presidente de la
Región de Liguria

«Trabajamos para crear condiciones favorables a la inversión, mejorar las infraestructuras y facilitar el diálogo entre instituciones y el tejido productivo»



pág
V

Giuseppe Buccino Grimaldi
Ambasciatore
d'Italia a Madrid

«Nuestros territorios están unidos por relaciones milenarias y por un idem sentire»



pág
X

Marco Pizzi
Presidente Camera
di Commercio e
Industria italiana
per la Spagna

«Tra Madrid e Genova non si costruisce solo economia, si costruiscono insieme continuità di relazioni»



Relaciones como infraestructuras: la nueva ruta entre Italia y España

«La edición española de Global News Magazine: más che un relato, una herramienta operativa»

Editorial de Davide Falteri



línea ha sido superada.

Y lo que está emergiendo no es una suma de iniciativas, sino una nueva infraestructura de relaciones, sólida y orientada al crecimiento.

La edición española de Global News Magazine nace precisamente en este punto: como plataforma editorial y, al mismo tiempo, como instrumento operativo para acompañar y acelerar la construcción de un puente económico entre dos países que comparten vocación marítima, apertura a los mercados y capacidad industrial.

En los últimos meses, este puente ha comenzado a tomar forma concreta. La creación de **Federlogística Iberica** representa un nodo estratégico: no una simple presencia asociativa, sino una estructura diseñada para operar en el mercado español, facilitar los flujos comerciales y construir conexiones estables a lo largo del corredor ibérico y mediterráneo.

Al frente de este proceso se encuentra **Andrea Lazzari**, figura que combina representación institucional y capacidad operativa, desempeñando un papel

determinante en la fundación y desarrollo del proyecto en **España**. Junto a él, desempeña un papel clave **Matteo De Candia**, **Director General de GNV Grandi Navi Veloci en España**, cuya contribución refuerza el posicionamiento del sistema marítimo como eje central de las relaciones entre ambos países.

Sin embargo, lo que distingue esta fase no es solo la dimensión logística, sino la capacidad de integrar economía y cultura en una estrategia única. En este contexto se sitúa el proyecto **Regata Culturale**, ideado por **Manuela Boni**, hoy directora editorial de esta revista. Un formato que supera la lógica del evento para convertirse en una verdadera plataforma de diplomacia cultural, capaz de activar relaciones económicas a través de contenidos, territorios e identidad.

La reciente experiencia del **Zinefestival de Bilbao** representa un ejemplo emblemático de este enfoque. No se trató de una participación simbólica, sino de una auténtica operación de dirección cultural: conexión entre instituciones, implicación de clústeres industriales, diálogo entre sistemas portuarios y creativos. De esta iniciativa están surgiendo ya resultados concretos, con la definición de **Memorandos de Entendimiento (MOU)** entre clústeres italianos y españoles en sectores clave como la logística, el audiovisual, el agroalimentario y la innovación.

Aquí es donde el modelo demuestra su eficacia. La cultura actúa como puerta de entrada, la relación se consolida y se traduce en acuerdos operativos, y las empresas encuentran nuevas oportunidades de mercado. Un proceso

que transforma la intuición en desarrollo.

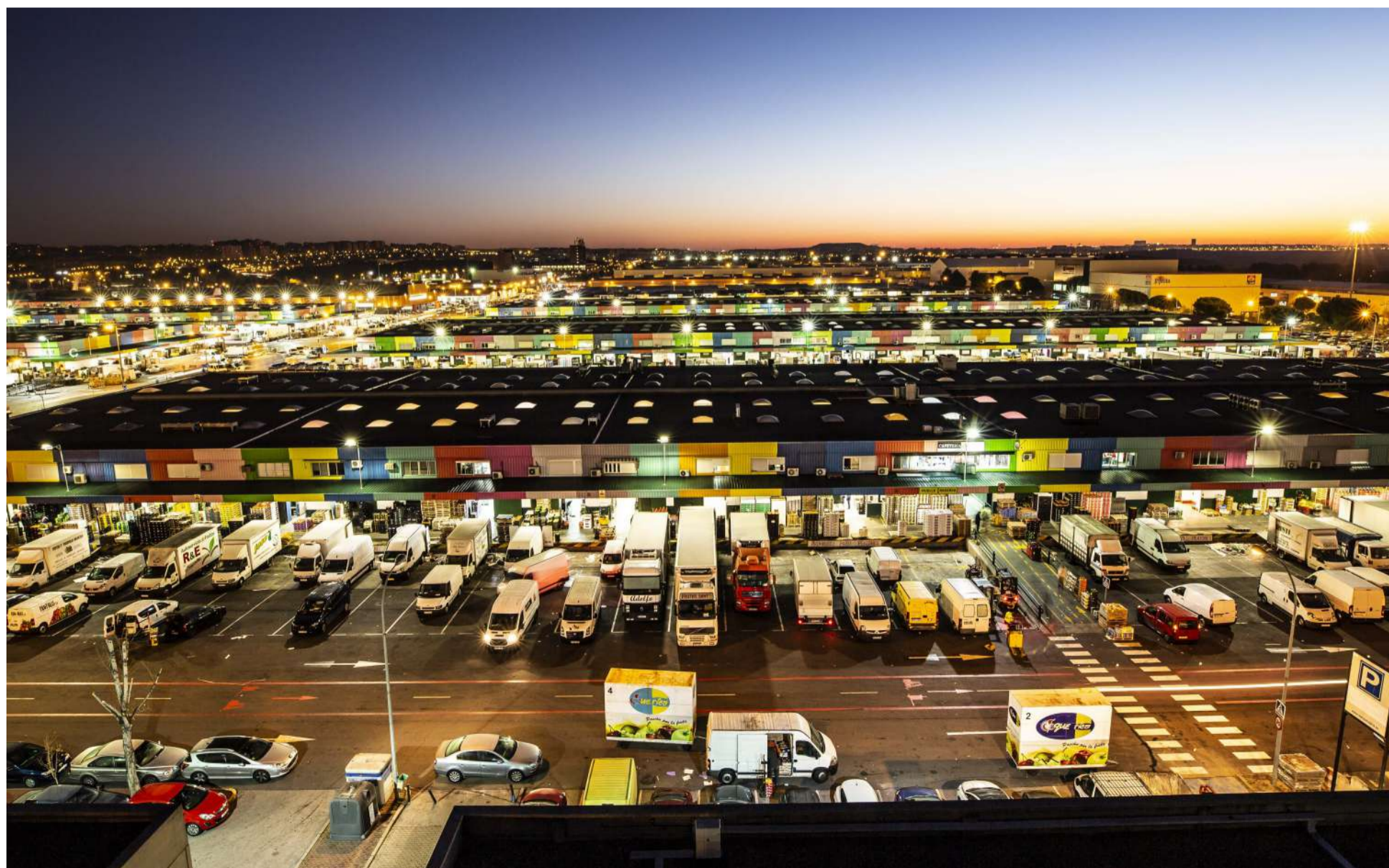
En este escenario, el papel de **Lola Román Gallego de Mercamadrid (foto)** adquiere un valor estratégico. El trabajo desarrollado en materia de internacionalización y sostenibilidad abre nuevas perspectivas de integración entre cadenas agroalimentarias y sistemas logísticos, reforzando el eje **Madrid-Italia**.

Lo que está emergiendo es, en todos los sentidos, un ecosistema. Un sistema integrado en el que infraestructuras materiales e inmateriales dialogan entre sí: puertos, empresas, plataformas logísticas, instituciones culturales y clústeres industriales. Un sistema en el que **España** se configura como un hub estratégico para la expansión internacional de las empresas italianas y, al mismo tiempo, como socio privilegiado para construir una nueva centralidad mediterránea.

Global News Magazine se sitúa en este contexto con una función clara: no limitarse a contar el cambio, sino contribuir a orientarlo. Ofrecer un espacio de visibilidad cualificada, pero sobre todo generar conexiones, facilitar encuentros y estimular proyectos.

Porque hoy la competitividad ya no se mide solo por la capacidad productiva, sino por la calidad de las relaciones. Y las relaciones, cuando están estructuradas, se convierten en verdaderas infraestructuras.

Este es el momento que estamos viviendo. Y este es el puente que estamos construyendo. Un puente que ya no es una perspectiva, sino una oportunidad concreta de desarrollo para quienes decidan cruzarlo.



Relazioni come infrastrutture: la nuova rotta tra Italia e Spagna

«L'edizione spagnola di Global News Magazine: più di un racconto, uno strumento operativo»

Editoriale di **Davide Falteri**

C'è una linea sottile ma decisiva che separa la semplice relazione economica dalla costruzione di un vero sistema internazionale. È la linea della visione. Oggi, tra Italia e Spagna, quella linea è stata superata. E ciò che sta emergendo non è una sommatoria di iniziative, ma un'infrastruttura relazionale nuova, solida, orientata alla crescita.

L'edizione spagnola di **Global News Magazine** nasce esattamente in questo punto: come piattaforma editoriale e, al tempo stesso, come strumento operativo per accompagnare e accelerare la costruzione di un ponte economico tra due Paesi che condividono vocazione marittima, apertura ai mercati e capacità industriale.

Negli ultimi mesi questo ponte ha iniziato a prendere forma concreta. La costituzione di **Federlogistica Iberica** rappresenta uno snodo strategico: non una semplice presenza associativa, ma una struttura pensata per presidiare il mercato spagnolo, facilitare i flussi commerciali e costruire connessioni stabili lungo il corridoio iberico e mediterraneo.

Alla guida di questo processo vi è **Andrea Lazzari**, figura che unisce rappresentanza istituzionale e capacità operativa, contribuendo in modo determinante alla nascita e allo sviluppo dell'associazione in **Spagna**. Accanto a lui, un ruolo di primo piano è svolto da **Matteo De Candia**, **Direttore Generale di GNV Grandi**

Navi Veloci in Spagna, il cui contributo rafforza il posizionamento del sistema marittimo quale asse portante delle relazioni tra i due Paesi.

Ma ciò che distingue questa fase non è solo la dimensione logistica. È la capacità di integrare economia e cultura in una strategia unitaria. In questo contesto si inserisce il progetto **Regata Culturale**, ideato da **Manuela Boni**, oggi direttrice editoriale di questo magazine. Un format che supera la logica dell'evento per diventare piattaforma di diplomazia culturale, capace di attivare relazioni economiche attraverso contenuti, territori e identità.

L'esperienza recente dello **Zinefestival di Bilbao** rappresenta un caso emblematico di questo approccio. Non si è trattato di una partecipazione simbolica, ma di una vera operazione di regia culturale: connessione tra istituzioni, coinvolgimento di cluster industriali, dialogo tra sistemi portuali e creativi. Da quell'iniziativa stanno già emergendo i primi risultati concreti, con la definizione di **Memorandum of Understanding** tra cluster italiani e spagnoli nei settori della logistica, dell'audiovisivo, dell'agroalimentare e dell'innovazione.

È qui che il modello dimostra la propria efficacia. La cultura diventa leva di ingresso, la relazione si consolida e si traduce in accordi operativi, le imprese trovano nuove opportunità di mercato. Un processo che trasforma l'intuizione in sviluppo.

In questo scenario, il contributo di **Lola Román Gallego di Mercamadrid (foto)** assume un valore strategico. Il lavoro sviluppato sul fronte dell'internazionalizzazione e della sostenibilità apre prospettive

concrete di integrazione tra filiere agroalimentari e sistemi logistici, rafforzando ulteriormente l'asse **Madrid-Italia**.

Ciò che sta emergendo è, a tutti gli effetti, un ecosistema. Un sistema integrato in cui infrastrutture materiali e immateriali dialogano tra loro: porti, imprese, piattaforme logistiche, istituzioni culturali, cluster industriali. Un sistema in cui la **Spagna** si configura come hub strategico per l'espansione internazionale delle imprese italiane e, al tempo stesso, come partner privilegiato per la costruzione di una nuova centralità mediterranea.

Global News Magazine si inserisce in questo contesto con una funzione chiara: non limitarsi a raccontare il cambiamento, ma contribuire a orientarlo. Offrire uno spazio di visibilità qualificata, ma soprattutto generare connessioni, facilitare incontri, stimolare progettualità.

Perché oggi la competitività non si misura più solo sulla capacità produttiva, ma sulla qualità delle relazioni. E le relazioni, quando sono strutturate, diventano infrastrutture.

Questo è il passaggio che stiamo vivendo.

E questo è il ponte che stiamo costruendo.

Un ponte che non è più una prospettiva, ma una concreta opportunità di sviluppo per chi sceglie di attraversarlo



Nace la edición española de Global News Magazine Bucci, presidente de la Región de Liguria: «Una oportunidad concreta de crecimiento económico y cultural para construir relaciones duraderas y operativas»

de Enrico Cirone

P. Presidente Bucci, nace la edición española de Global News Magazine. ¿Qué importancia tiene para Liguria?

R. Es un paso importante porque refuerza el posicionamiento internacional de Liguria. Somos una región proyectada por naturaleza hacia el Mediterráneo y Europa; por eso, cualquier iniciativa que fomente relaciones estables con otros países, como España, representa una oportunidad real de crecimiento económico y cultural.

P. ¿Hasta qué punto es estratégica hoy la relación entre Liguria y España?

R. Es clave. Hablamos de dos territorios con grandes similitudes: sistemas portuarios punteros, vocación turística, capacidad industrial y apertura a los mercados globales. Reforzar este eje significa crear nuevas oportunidades para las empresas, pero también desarrollar colaboraciones en sectores como la logística, la innovación y la cultura.

P. ¿Cuál es el papel de la Región en este proceso de internacionalización?

R. La Región de Liguria tiene un papel de gestión y coordinación. Trabajamos para crear condiciones favorables a la inversión, mejorar las infraestructuras y facilitar el diálogo entre las instituciones y el tejido

productivo. La internacionalización no es solo promoción, sino la construcción de relaciones duraderas y operativas.

P. ¿Qué peso tiene la comunicación en este escenario?

R. Muchísimo. Hoy en día, los territorios también compiten en su capacidad de proyectar su imagen. No basta con tener excelencia: hay que hacerla visible y atractiva. Una revista internacional es una herramienta muy útil para dar a conocer las oportunidades de Liguria y para atraer el interés de inversores y socios extranjeros.

P. ¿Puede Liguria convertirse en un puente entre Italia y España?

R. Sin ninguna duda. Nuestra ubicación

geográfica y nuestro sistema portuario nos convierten en un nodo estratégico. Podemos ser un punto de conexión entre los flujos económicos, culturales y logísticos, contribuyendo a reforzar la competitividad de todo el sistema italiano.

P. ¿Cuál es la visión de futuro?

R. Seguir construyendo relaciones concretas. El objetivo es lograr que Liguria esté cada vez más integrada en los circuitos internacionales, poniendo en valor nuestras capacidades y creando nuevas oportunidades para las empresas, los jóvenes y el territorio. Iniciativas como esta van precisamente en esa dirección.



Nasce l'edizione spagnola di Global News Magazine Bucci, presidente Regione Liguria: «Opportunità concreta di crescita economica e culturale per costruire relazioni durature e operative»

di Enrico Cirone

Presidente Bucci, nasce l'edizione spagnola del Global News Magazine. Che significato ha per la Liguria?

R. È un passaggio importante perché rafforza il posizionamento internazionale della Liguria. Siamo una Regione naturalmente proiettata verso il Mediterraneo e l'Europa, e ogni iniziativa che favorisce relazioni stabili con altri Paesi, come la Spagna, rappresenta un'opportunità concreta di crescita economica e culturale.

D. Quanto è strategico oggi il rapporto tra Liguria e Spagna?

R. È molto strategico. Parliamo di due territori con forti similitudini: sistemi portuali avanzati, vocazione turistica, capacità industriale e apertura ai mercati globali. Rafforzare questo asse significa creare nuove opportunità per le imprese, ma anche svi-

luppate collaborazioni nei settori della logistica, dell'innovazione e della cultura.

D. Qual è il ruolo della Regione in questo processo di internazionalizzazione?

R. La Regione Liguria ha un ruolo di regia. Lavoriamo per creare condizioni favorevoli agli investimenti, migliorare le infrastrutture e facilitare il dialogo tra istituzioni e sistema produttivo. L'internazionalizzazione non è solo promozione, ma costruzione di relazioni durature e operative.

D. Quanto conta la comunicazione in questo scenario?

R. Conta moltissimo. Oggi i territori competono anche sulla capacità di raccontarsi. Non basta avere eccellenze: bisogna renderle visibili e attrattive. Un magazine internazionale è uno strumento utile per far conoscere le opportunità della Liguria e per

attrarre interesse da parte di investitori e partner esteri.

D. La Liguria può diventare un ponte tra Italia e Spagna?

R. Assolutamente sì. La nostra posizione geografica e il nostro sistema portuale ci rendono un nodo strategico. Possiamo essere un punto di connessione tra flussi economici, culturali e logistici, contribuendo a rafforzare la competitività dell'intero sistema italiano.

D. Qual è la visione per il futuro?

R. Continuare a costruire relazioni concrete. L'obiettivo è rendere la Liguria sempre più integrata nei circuiti internazionali, valorizzando le nostre competenze e creando nuove opportunità per imprese, giovani e territori. Iniziative come questa vanno esattamente in questa direzione.

Italia, Genova e Spagna: innovazione e sguardo al futuro su pilastri plurisecolari



di Giuseppe Buccino Grimaldi, Ambasciatore d'Italia a Madrid

Genova mi riporta alla mente il mio primo atto quale **Ambasciatore d'Italia a Madrid**, essendo stata la "Superba" – come ebbe a descriverla per la sua grandiosità il Sommo Poeta Francesco Petrarca – al centro di un ampio programma di promozione integrata in **Spagna** dedicatele dall'Ambasciatore nel 2023, a partire dalle celebrazioni per la **Festa della Repubblica, il 2 giugno**, appena qualche giorno dopo il mio arrivo nella capitale spagnola. Insieme al Comune, e grazie anche alla collaborazione dell'amico **Aldo Olcese Santonja, Ambasciatore di Genova nel Mondo**, a cui dedico un commosso ricordo a oltre un anno dalla sua scomparsa, abbiamo promosso il patrimonio e le eccellenze genovesi e presentato agli operatori e al pubblico gli assi di sviluppo di una città mediterranea storicamente legata alla Spagna, attraverso eventi di diplomazia economica, culturale, scientifica e sportiva a cui diede impulso il mio predecessore, l'**Ambasciatore Riccardo Guarguaglini**, oggi Segretario Generale della Farnesina. In quella occasione, ebbi il piacere di ricevere a Madrid una delegazione di Genova al massimo livello, guidata dall'allora Sindaco, ed oggi **Presidente della Giunta Regionale, Marco Bucci**.

Il lavoro del 2023 ha trovato una recente espressione nell'ultima edizione di **"Zinecittà"**, il festival del cinema italiano svoltosi con il patrocinio del **Consolato Generale a Madrid** lo scorso febbraio a **Bilbao**, attraverso la **"Regata culturale"** organizzata dalla Regione Liguria, dal Comune di Genova e dalla Camera di Commercio di Genova e che si è proposta di fondere cultura e produzione artistica, Blue Economy, logistica, shipping e portualità.

Genova e la Liguria sono sinonimo in Spagna di innovazione tecnologica che poggia su legami solidi e plurisecolari. Basti solo pensare alla figura di **Andrea Doria** ai tempi dell'Imperatore Carlo V o al popolamento nel XVIII secolo da parte di famiglie genovesi dell'isola ribattezzata di Nuova Tabarca al largo delle coste di Santa Pola nell'attuale Comunità Valenziana.

Rapporti antichi e articolati che riflettono

del resto l'eccellente momento attraversato dal partenariato tra Italia e Spagna, che hanno celebrato lo scorso autunno il 160mo anniversario dallo stabilimento delle relazioni diplomatiche bilaterali e che hanno conosciuto un ulteriore momento al più alto livello lo scorso marzo con il conferimento al Signor Presidente della Repubblica del dottorato honoris causa da parte dell'antichissima Università di Salamanca, alla presenza di Sua Maestà, **Re Filippo VI di Spagna**.



I nostri territori sono legati da relazioni millenarie e da un idem sentire innanzitutto tra popoli, come attestano i circa 340mila italiani residenti in Spagna, che formano una comunità in continua espansione (30mila italiani scelgono ogni anno di stabilirsi qui), ottimamente integrata, che include grandi eccellenze e che vede circa 3.500 ricercatori e docenti universitari italiani in enti ed istituti spagnoli. Agli scambi tra Erasmus, con la Spagna primo Paese scelto dagli studenti italiani e viceversa, si aggiungono imponenti flussi turistici annuali: circa 5 milioni di turisti italiani visitano ogni anno la Spagna – primo Paese visitato dagli italiani – e quasi 3,5 milioni di spagnoli visitano l'Italia.

Questa dimensione sociale si accompagna a relazioni economiche che attraversano un periodo eccezionale, basate su un interscambio commerciale che nel 2025 ha fatto registrare livelli record superando i 71 miliardi di euro (+4,2% rispetto al 2024).

La **Spagna è il terzo Paese per gli in-**



vestimenti diretti esteri italiani, con oltre 46,5 miliardi di euro nel 2024, che sostengono oltre 107.000 posti di lavoro (0,5% dell'occupazione nazionale spagnola). Anche gli investimenti diretti spagnoli in Italia sono in continua crescita (oltre 19 miliardi). Tra le grandi aziende a capitale italo-spagnolo, potrei citare Albertis nel settore infrastrutturale, Cellnex in quello delle telecomunicazioni e Iryo in quello ferroviario. Ma la collaborazione imprenditoriale tra Italia e Spagna ha riflessi anche in Paesi terzi,

come fu nel caso dell'ampliamento del Canale di Panama (operato fra il 2007 e il 2016 da un consorzio integrato dall'italiana Salini Impregilo e dalla spagnola Sacyr) o come avviene, più recentemente, con la rete metropolitana di Bogotá (Consorzio Supervisor PLMB) o lo sviluppo di linee ferroviarie in Norvegia (Ghella-Acciona in Norvegia).

Siamo inoltre fieri delle scuole italiane a Madrid, il principale istituto statale italiano all'estero per numero di studenti iscritti, e a **Barcellona**, dove si formano le nuove generazioni di cittadini italiani e spagnoli. La lingua e la cultura italiane riscontrano in Spagna grande interesse, come attestano i circa 30mila studenti spagnoli che frequentano i corsi offerti dagli Istituti Italiani di Cultura, dagli oltre 10 comitati locali della "Dante Alighieri" e dai numerosi dipartimenti di italiano presso Università spagnole.

Come affermato dal Signor **Presidente della Repubblica** nel suo intervento all'**Università di Salamanca** "lungo un arco temporale che si estende dall'antichità romana fino all'età contemporanea, i nostri Paesi hanno condiviso strutture istituzionali, modelli culturali e dinamiche politiche che ne hanno profondamente influenzato la rispettiva evoluzione storica. Una relazione profonda, che ha inciso, al di là del rapporto tra gli Stati, sulle società dei nostri popoli, nelle quali dimensioni politiche, culturali, religiose e intellettuali si sono costantemente intrecciate e vicendevolmente influenzate".

Foto 1: Giuseppe Buccino Grimaldi, Ambasciatore d'Italia a Madrid, foto 2: Marco Bucci, Presidente Regione Liguria, foto 3, un momento della cerimonia

Italia, Génova y España: innovación y mirada al futuro sobre pilares pluriseculares



de Giuseppe Buccino Grimaldi, Embajador de Italia en Madrid

Génova me trae a la memoria mi primer acto como **Embajador de Italia en Madrid**, ya que la “Superba” —como la describió por su grandiosidad el Sumo Poeta **Francesco Petrarca**— fue el centro de un amplio programa de promoción integrada en España dedicado por la Embajada en 2023, a partir de las celebraciones de la Fiesta de la República, el 2 de junio, apenas unos días después de mi llegada a la capital española. Junto con el Ayuntamiento, y gracias también a la colaboración de mi amigo **Aldo Olcese Santonja, Embajador de Génova en el Mundo**, a quien dedico un conmovido recuerdo a más de un año de su fallecimiento, promovimos el patrimonio y las excelencias genovesas y presentamos a los operadores y al público los ejes de desarrollo de una ciudad mediterránea históricamente vinculada a España, a través de eventos de diplomacia económica, cultural, científica y deportiva impulsados por mi predecesor, el **Embajador Riccardo Guariglia, hoy Secretario General de la Farnesina**. En aquella ocasión, tuve el placer de recibir en Madrid a una delegación de Génova al más alto nivel, encabezada por el entonces Alcalde, y hoy **Presidente de la Junta Regional, Marco Bucci**.

El trabajo de 2023 ha encontrado una reciente expresión en la última edición de “**Zinecittà**”, el festival de cine italiano celebrado bajo el patrocinio del **Consulado General en Madrid** el pasado febrero en Bilbao, a través de la “**Regata cultural**” organizada por la Región de Liguria, el Ayuntamiento de Génova y la Cámara de Comercio de Génova, que se propuso fusionar cultura y producción artística, Economía Azul, logística, shipping y actividad portuaria.

Génova y Liguria son sinónimo en España de innovación tecnológica apoyada en vínculos sólidos y pluriseculares. Basta pensar en la figura de **Andrea Doria** en tiempos del Emperador Carlos V o en el poblamiento

en el siglo XVIII, por parte de familias genovesas, de la isla rebautizada como Nueva Tabarca, frente a las costas de Santa Pola en la actual Comunidad Valenciana.

Relaciones antiguas y articuladas que reflejan, por lo demás, el excelente momento que atraviesa la asociación entre Italia y España, que celebraron el pasado otoño el 160º aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas bilaterales y que vivieron un nuevo momento al más alto nivel el pasado marzo con la concesión al Señor Presidente de la República del doctorado honoris causa por parte de la antiquísima Universidad de Salamanca, en presencia de Su Majestad, el Rey Felipe VI de España.

Nuestros territorios están unidos por relaciones milenarias y por un idem sentire (sentir común), ante todo entre los pueblos, como atestiguan los cerca de

La Embajada de Italia en Madrid (foto) tiene su sede en la calle Lagasca, en un barrio que se desarrolló a partir de principios del siglo XX. Es un edificio que, junto con su jardín, ocupa una manzana entera entre las calles Lagasca, Juan Bravo, Velázquez y Padilla, en pleno Ensanche, la cuadrícula de calles característica del crecimiento urbanístico de la El edificio es obra de uno de los mejores arquitectos españoles de principios del novecientos, Joaquín Rojí, y su concepción se inspira en el barroco francés, hasta el punto de parecer una residencia de una época mucho más antigua que la de su construcción real. El palacio se abre a un vasto jardín de 680 metros cuadrados, propiedad también del Estado italiano. El recinto incluye asimismo un edificio de menores dimensiones. En los salones se hallan numerosas obras de arte (pinturas y esculturas) propiedad del Ministerio de Asuntos Exteriores o cedidas en depósito temporal por la Galería Nacional de Roma, el Museo Nacional de Roma, el Museo de Nápoles, la Galería de Capodimonte y la Galería de Florencia.

340.000 italianos residentes en España, que forman una comunidad en continua expansión (30.000 italianos eligen cada año establecerse aquí), óptimamente integrada, que incluye grandes excelencias y que cuenta con cerca de 3.500 investigadores y docentes universitarios italianos en entidades e instituciones españolas. A los intercambios Erasmus, siendo España el primer país elegido por los estudiantes italianos y viceversa, se suman imponentes flujos turísticos anuales: cerca de 5 millones de turistas italianos visitan cada año España —primer país visitado por los italianos— y casi 3,5 millones de españoles visitan Italia.

Esta dimensión social se acompaña de unas relaciones económicas que atraviesan un periodo excepcional, basadas en un intercambio comercial que en 2025 registró niveles récord superando los 71.000 millones de euros (+4,2% respecto a 2024).

España es el tercer país para las inversiones directas extranjeras italianas, con más de 46.500 millones de euros en 2024, que sostienen más de 107.000 puestos de trabajo (0,5% de la ocupación nacional española). También las inversiones directas españolas en Italia están en continuo crecimiento (más de 19.000 millones). Entre las grandes empresas de capital italo-español, podría citar a Abertis en el sector de infraestructuras, Cellnex en el de las telecomunicaciones e Iryo en el ferroviario. Pero la colaboración empresarial entre Italia y España tiene reflejos también en terceros países, como fue el caso de la ampliación del Canal de Panamá (realizada entre 2007 y 2016 por un consorcio integrado por la italiana Salini Impregilo y la española Sacyr) o como ocurre, más recientemente, con la red de metro de Bogotá (Consortio Supervisor PLMB) o el desarrollo de líneas ferroviarias en Noruega (Ghella-Acciona en Noruega).

Estamos, además, orgullosos de las escuelas italianas en Madrid, el principal instituto estatal italiano en el extranjero por número de alumnos matriculados, y en Barcelona, donde se forman las nuevas generaciones de ciudadanos italianos y españoles. La lengua y la cultura italianas encuentran en España un gran interés, como atestiguan los cerca de 30.000 estudiantes españoles que asisten a los cursos ofrecidos por los Institutos Italianos de Cultura, por los más de 10 comités locales de la “Dante Alighieri” y por los numerosos departamentos de italiano en universidades españolas.

Como afirmó el Señor **Presidente de la República** en su intervención en la **Universidad de Salamanca**: “*a lo largo de un arco temporal que se extiende desde la antigüedad romana hasta la edad contemporánea, nuestros países han compartido estructuras institucionales, modelos culturales y dinámicas políticas que han influido profundamente en su respectiva evolución histórica. Una relación profunda que ha incidido, más allá de la relación entre los Estados, en las sociedades de nuestros pueblos, en las cuales las dimensiones políticas, culturales, religiosas e intelectuales se han entrelazado y se han influido mutuamente de forma constante*”.

Entrevista al presidente de la Cámara de Comercio de Génova **Attanasio:** «Reforzar el diálogo con España significa consolidar las cadenas de valor actuales y abrir nuevos espacios de colaboración para las empresas»

di Enrico Cirone

P. Presidente Attanasio, nace la edición española del Global News Magazine. ¿Qué valor tiene esto para el sistema económico genovés?

R. Es una iniciativa sumamente interesante porque da respuesta a una necesidad real: la de reforzar la dimensión internacional de nuestras empresas. La Cámara de Comercio lleva años trabajando para acompañar al tejido productivo hacia los mercados exteriores, y herramientas editoriales como esta pueden convertirse en auténticos multiplicadores de relaciones y oportunidades.

P. ¿Qué importancia tiene hoy la relación económica entre Liguria y España?

R. Es una relación estratégica que se enmarca en una lógica mediterránea más amplia. Liguria tiene una vocación natural hacia el intercambio internacional y Génova, en particular, es históricamente un nodo de conexión entre diversas economías. Reforzar el diálogo con España significa consolidar las cadenas de valor existentes y abrir nuevos espacios de colaboración para las empresas, además de afianzar un vínculo histórico y económico que se remonta a la época de Andrea Doria.

P. ¿Cuál es el papel de la Cámara de Comercio en este escenario?

R. Nuestro cometido es crear condiciones favorables para el desarrollo de las empresas: apoyo a la internacionalización, digitalización,



formación y acompañamiento en los mercados. En estos años hemos trabajado intensamente en la transformación digital de las pymes, porque sin innovación no hay competitividad. Junto a la red de Cámaras de Comercio

italianas, hemos creado la red de los PID (Puntos Empresa Digital), precisamente para ayudar a las pymes a afrontar la doble transición, digital y ecológica. Además, en Génova contamos con centros de excelencia como el IIT (Instituto Italiano de Tecnología) en el campo de la investigación, y el Competence Center Start 4.0 para proyectos de ciberseguridad e infraestructuras críticas.

P. ¿Puede Génova ser un "hub" económico entre Italia y España?

R. Tiene todas las características para serlo. Hablamos de un sistema portuario de relevancia europea y de un tejido empresarial que ha demostrado una gran capacidad de adaptación incluso en los momentos más complejos, como durante la pandemia. El reto actual es transformar esa resiliencia en un crecimiento estructurado e internacional. A mediados de julio recibiremos aquí a las Cámaras de Comercio de 63 países: serán tres

jornadas intensas de trabajo dedicadas a encuentros institucionales y técnicos. Profundizaremos en la puesta en marcha de nuevas colaboraciones comerciales, el networking y el desarrollo de estrategias de internacionalización a través de redes relacionales y servicios especializados. Todo ello en un momento especialmente delicadamente para el comercio internacional, en el que muchas empresas buscan reposicionarse en nuevos mercados y encontrar alternativas para el abastecimiento energético. Concluiremos con un congreso sobre las nuevas reglas y rutas del comercio mundial, dada la crisis de los aranceles y los conflictos actuales.

P. ¿Qué peso tiene la comunicación económica en este proceso?

R. Es fundamental. Las empresas necesitan visibilidad, pero también contexto. Relatar la realidad del territorio, sus oportunidades y sus competencias es clave para atraer inversiones y generar confianza. Una revista internacional puede convertirse en una herramienta muy útil para dar continuidad a esa narrativa.

P. ¿Cuál es su visión de futuro?

R. Debemos trabajar en tres ejes: apertura internacional, innovación y calidad del sistema empresarial. Génova y Liguria tienen todo el potencial para desempeñar un papel central en el Mediterráneo. El desafío es "hacer sistema" y transformar las relaciones en proyectos concretos, duraderos y competitivos.

Intervista al presidente della Camera di Commercio di Genova **Attanasio:** «Rafforzare il dialogo con la Spagna significa consolidare filiere e aprire nuovi spazi per le imprese»

D. Presidente Attanasio, nasce l'edizione spagnola del Global News Magazine. Che valore ha per il sistema economico genovese?

R. È un'iniziativa molto interessante perché intercetta un bisogno reale: quello di rafforzare la dimensione internazionale delle nostre imprese. La Camera di Commercio lavora da anni per accompagnare il tessuto produttivo verso i mercati esteri, e strumenti editoriali come questo possono diventare veri moltiplicatori di relazioni e opportunità.

D. Quanto è importante oggi il rapporto economico tra Liguria e Spagna?

R. È un rapporto strategico, che si inserisce in una più ampia logica mediterranea. La Liguria ha una vocazione naturale all'interscambio internazionale e Genova, in particolare, è storicamente un nodo di connessione tra economie diverse. Rafforzare il dialogo con la Spagna significa consolidare filiere esistenti e aprire nuovi spazi di collaborazione per le imprese, oltre che consolidare un legame storico ed economico nato nell'epoca di Andrea Doria.

D. Qual è il ruolo della Camera di Commercio in questo scenario?

R. Il nostro compito è creare condizio-

ni favorevoli allo sviluppo delle imprese: supporto all'internazionalizzazione, digitalizzazione, formazione e accompagnamento sui mercati. In questi anni abbiamo lavorato molto anche sul tema della trasformazione digitale delle PMI, perché senza innovazione non c'è competitività. Insieme alla rete delle Camere di Commercio italiane abbiamo costruito la rete dei PID, Punti Impresa Digitale, proprio per aiutare le PMI ad affrontare la doppia transizione, digitale ed ecologica. E a Genova abbiamo eccellenze come l'IIT, Istituto Italiano di Tecnologia, nel campo della ricerca, e il Competence Center Start 4.0., per progetti su cybersecurity e infrastrutture critiche.

D. Genova può essere un hub economico tra Italia e Spagna?

R. Ha tutte le caratteristiche per esserlo. Parliamo di un sistema portuale di rilievo europeo e di un tessuto imprenditoriale che ha dimostrato grande capacità di adattamento anche nei momenti più complessi, come durante la pandemia. Il punto oggi è trasformare questa resilienza in crescita strutturata e internazionale. A metà luglio avremo qui le Camere di Commercio di 63 Paesi del mondo: saranno tre intense giornate di lavoro dedicate a incontri istituzionali e tecnici, con approfondimenti sull'avvio di nuove collaborazioni

commerciali, sul networking, sullo sviluppo di strategie di internazionalizzazione, attraverso reti relazionali e servizi specializzati, in un momento particolarmente difficile per il commercio internazionale, in cui molte imprese stanno cercando di riposizionarsi su nuovi mercati e trovare nuove soluzioni per l'approvvigionamento energetico. Chiuderemo con un convegno sulle nuove regole e le nuove rotte del commercio internazionale, vista la crisi dei dazi e i conflitti in corso

D. Quanto conta la comunicazione economica in questo percorso?

R. Conta moltissimo. Le imprese hanno bisogno di visibilità, ma anche di contesto. Raccontare il territorio, le sue opportunità e le sue competenze è fondamentale per attrarre investimenti e costruire fiducia. Un magazine internazionale può diventare uno strumento utile per dare continuità a questo racconto.

D. Qual è la visione per il futuro?

R. Dobbiamo lavorare su tre direttrici: apertura internazionale, innovazione e qualità del sistema imprenditoriale. Genova e la Liguria hanno tutte le potenzialità per giocare un ruolo centrale nel Mediterraneo. La sfida è fare sistema e trasformare le relazioni in progetti concreti, duraturi e competitivi.

Global News Magazine habla español

Cavo, presidente de Confcommercio Génova: «España representa un interlocutor privilegiado también por sus modelos de desarrollo urbano y comercial»



P. Alessandro Cavo es el presidente de Confcommercio Génova. Presidente, nace la edición española de Global News Magazine. ¿Qué valor tiene para el sistema del comercio y los servicios?

R. Es una iniciativa que responde a una necesidad muy concreta: dotar a las empresas de una dimensión internacional. El comercio, el turismo y los servicios representan una parte fundamental de la economía ligur, contribuyendo de forma significativa al PIB y al empleo. Herramientas como esta revista ayudan a conectar territorios y mercados, creando oportunidades reales para las empresas.

P. ¿Hasta qué punto es estratégica la relación entre Liguria y España para las empresas del sector terciario?

R. Es una relación natural. Hablamos de economías con fuertes afinidades: turismo, restauración, comercio y cultura de la hospitalidad. España representa un interlocutor privilegiado también en cuanto a modelos de desarrollo urbano y comercial. Reforzar este eje significa generar nuevas oportunidades tanto para las empresas como para los territorios.

P. ¿Qué papel puede jugar Génova



hoy en esta relación?

R. Génova puede ser un punto de referencia en el Mediterráneo, pero con una condición: que el comercio y los servicios sigan siendo el eje central. Una ciudad solo es habitable y atractiva si su tejido comercial es fuerte y está presente en todos sus barrios. Esto cobra aún más importancia en una perspectiva internacional, donde la calidad de la experiencia urbana se convierte en un factor competitivo.

P. ¿Cuál es el papel de Confcommercio en este escenario?

R. Nuestra labor consiste en representar y acompañar a las empresas. Hablamos de miles de actividades que operan en el comercio, el turismo, los servicios e incluso la logística. Trabajamos para simplificar procesos, apoyar el desarrollo y crear las condiciones necesarias para que estas empresas puedan competir también en

los mercados internacionales.

P. ¿Qué importancia tiene la comunicación económica internacional?

R. Es fundamental. Hoy en día, las empresas no compiten solo por su producto o servicio, sino también por su capacidad de saber contarlos. Una revista internacional permite poner en valor las excelencias locales e integrarlas en una red de relaciones mucho más amplia.

P. ¿Cuál es la visión de futuro?

R. Debemos trabajar en la competitividad y la calidad. Hacen falta infraestructuras modernas, simplificación burocrática e inversión en formación y competencias. Pero también es necesaria una visión: crear sinergias entre comercio, turismo y logística, y posicionar a Génova y a Liguria como un territorio atractivo y dinámico en el contexto europeo y mediterráneo.

Global News Magazine parla spagnolo

Cavo, presidente Confcommercio Genova: «La Spagna rappresenta un interlocutore privilegiato anche per modelli di sviluppo urbano e commerciale»

di Manuela Boni

D. Alessandro Cavo è il presidente di Confcommercio Genova. Presidente, nasce l'edizione spagnola del Global News Magazine. Che valore ha per il sistema del commercio e dei servizi?

R. È un'iniziativa che intercetta una necessità molto concreta: dare alle imprese una dimensione internazionale. Il commercio, il turismo e i servizi rappresentano una parte fondamentale dell'economia ligure, contribuendo in modo significativo al PIL e all'occupazione. Strumenti come questo magazine aiutano a mettere in relazione territori e mercati, creando opportunità reali per le aziende.

D. Quanto è strategico il rapporto tra Liguria e Spagna per le imprese del terziario?

R. È un rapporto naturale. Parliamo di economie con forti affinità: turismo, ristorazione, commercio, cultura dell'accoglienza.

La Spagna rappresenta un interlocutore privilegiato anche per modelli di sviluppo urbano e commerciale. Rafforzare questo asse significa creare nuove opportunità per le imprese e per i territori.

D. Genova oggi che ruolo può giocare in questa relazione?

R. Genova può essere un punto di riferimento nel Mediterraneo, ma a una condizione: che il commercio e i servizi restino centrali. Una città è vivibile e attrattiva solo se il suo tessuto commerciale è forte e diffuso. Questo vale ancora di più in una prospettiva internazionale, dove la qualità dell'esperienza urbana diventa un fattore competitivo.

D. Qual è il ruolo di Confcommercio in questo scenario?

R. Il nostro compito è rappresentare e accompagnare le imprese. Parliamo di migliaia di attività che operano nel commercio, nel turismo, nei servizi e anche nella

logistica. Lavoriamo per semplificare, per sostenere lo sviluppo e per creare le condizioni affinché queste imprese possano competere anche sui mercati internazionali.

D. Quanto conta la comunicazione economica internazionale?

R. Conta moltissimo. Oggi le imprese non competono solo sul prodotto o sul servizio, ma anche sulla capacità di raccontarsi. Un magazine internazionale consente di valorizzare le eccellenze locali e di inserirle in una rete più ampia di relazioni.

D. Qual è la visione per il futuro?

R. Dobbiamo lavorare su competitività e qualità. Servono infrastrutture moderne, semplificazione burocratica e investimenti sulle competenze. Ma serve anche una visione: fare sistema tra commercio, turismo e logistica, e posizionare Genova e la Liguria come un territorio attrattivo e dinamico nel contesto europeo e mediterraneo.

Economía azul en el Mediterráneo

Un rumbo compartido

de Javier Noriega
Presidente del CMMA

En un contexto internacional de incertidumbre geopolítica, transición energética y redefinición productiva, el mar vuelve a situarse en el centro de la estrategia económica global. No como frontera, sino como conexión y oportunidad. En este marco emerge la economía azul, concepto con profundas raíces históricas en el comercio, la innovación y la cultura marítima. La **Unión Europea**, a través del **Blue Economy Report**, destaca su impacto económico y la necesidad de avanzar hacia modelos más sostenibles, digitales y resilientes.

España e Italia están especialmente bien posicionadas para liderar esta transición, gracias a su geografía, tradición naval y tejido empresarial vinculado al mar. Junto a **Portugal**, conforman un espacio atlántico-mediterráneo clave. La cooperación entre ambos países puede articular redes de valor, compartir conocimiento y generar economías de escala, en lugar de competir entre territorios.

En construcción naval, Italia lidera en alta complejidad con empresas como **Fincantieri**, mientras España destaca en eficiencia y diversificación industrial, generando una complementariedad estratégica. La transición energética abre además nuevas oportunidades en buques sostenibles, electrificación portuaria y



energías offshore.

El turismo, otro pilar clave, enfrenta retos de masificación y estacionalidad. El turismo azul impulsa modelos más sostenibles y de mayor valor añadido, integrando cultura, náutica, gastronomía y patrimonio costero. Regiones como **Andalucía y Liguria (foto)** ejemplifican esta transformación desde la innovación territorial.

La economía azul se construye desde los territorios. Andalucía y diversas

regiones italianas actúan como nodos de referencia en innovación portuaria, industria, turismo y digitalización. En este escenario, el mar se consolida como eje de desarrollo compartido.

En una Europa que busca autonomía estratégica, la economía azul puede ser un modelo de cooperación replicable. España e Italia, desde el Mediterráneo, pueden liderar una red de nodos que convierta el mar en espacio de unión, desarrollo y futuro compartido.

Economia blu nel Mediterraneo

Una rotta condivisa

In un contesto internazionale segnato da incertezza geopolitica, transizione energetica e ridefinizione dei modelli produttivi, il mare torna a occupare un ruolo centrale nella strategia economica globale. Non come frontiera, ma come connessione e opportunità. In questo scenario emerge con forza l'economia blu, un concetto con profonde radici storiche nel commercio, nell'innovazione e nella cultura marittima. L'**Unione europea**, attraverso il **Blue Economy Report**, ne evidenzia l'impatto economico e la necessità di avanzare verso modelli più sostenibili, digitali e resilienti.

Spagna e Italia sono particolarmente ben posizionate per guidare questa transizione, grazie alla loro geografia, tradizione navale e tessuto produttivo legato al mare. Insieme al **Portogallo**, costituiscono un asse atlantico-mediterraneo strategico. La cooperazione tra i due Paesi può strutturare reti di valore, condividere conoscenza e generare economie di scala, invece di competere tra territori.

Nella cantieristica navale, l'Italia eccelle nelle costruzioni ad alta complessità con realtà come **Fincantieri**, mentre la Spagna si distingue per efficienza e diversificazione industriale, creando una forte complementarità strategica. La transizione energetica apre inoltre nuove opportunità nei settori delle navi sostenibili, dell'elettificazione portuale e delle energie offshore.



Anche il turismo, altro pilastro fondamentale, affronta sfide legate a sovraffollamento e stagionalità. Il turismo blu promuove modelli più sostenibili e ad alto valore aggiunto, integrando cultura, nautica, gastronomia e patrimonio costiero.

Regioni come l'**Andalusia (foto)** e la **Liguria** rappresentano esempi concreti di questa trasformazione basata sull'innovazione territoriale. L'economia blu si costruisce dai territori.

L'Andalusia e diverse regioni italiane emergono come nodi di riferimento in innovazione portuale, industria, turismo e digitalizzazione. In questo scenario, il mare si consolida come asse condiviso di sviluppo.

In un'Europa che punta all'autonomia strategica, l'economia blu può diventare un modello replicabile di cooperazione. Spagna e Italia, dal Mediterraneo, possono guidare una rete di nodi che trasformi il mare in uno spazio di unione, sviluppo e futuro condiviso.



«Tra Madrid e Genova: dove nascono le traiettorie che uniscono futuro e memoria»

di **Manuela Boni**

Intervista al Dott. Marco Pizzi, Presidente della Camera di Commercio e Industria Italiana per la Spagna

Ci sono relazioni che non nascono nei numeri, ma nei percorsi. Ci sono ponti che non si vedono, ma esistono da sempre. Tra Madrid e Genova si muove una linea sottile fatta di commercio, visione e cultura.

Ma anche di storie personali, di traiettorie umane. E, forse, di un tempo in cui, come direbbero in Spagna, éramos jóvenes. Un tempo che non è passato: è diventato direzione.

Presidente Pizzi, la Camera di Commercio italiana per la Spagna è una realtà storica. In un mondo che accelera, cosa significa oggi custodire una memoria lunga e trasformarla in visione?

La Camera ha una storia plurisecolare, nata nel 1914 grazie alla visione di imprenditori italiani e spagnoli che, in un contesto internazionale complesso, scelsero di cooperare e sostenersi reciprocamente. Molti provenivano proprio da Genova, come si può apprezzare nel romanzo "Cento" di Giorgio Silvestri.

Avevano ben chiaro che la prosperità dei due Paesi passava attraverso l'incremento costante dell'interscambio commerciale e della collaborazione tra imprese. Oggi quella

intuizione si è evoluta in qualcosa di ancora più strutturale: non più solo scambi, ma un vero ecosistema economico integrato tra Italia e Spagna.

Custodire quella memoria significa riconoscere che già allora esisteva una forma embrionale di ciò che oggi chiamiamo complementarità strategica: non competere sugli stessi spazi, ma costruire valore insieme. In un'Europa chiamata a confrontarsi con grandi blocchi globali, questa visione è più attuale che mai. Senza radici, non esiste direzione.

Tra Madrid e Genova esiste un dialogo naturale, quasi silenzioso.

Secondo lei, quali sono oggi i punti di contatto più forti tra questi due sistemi territoriali?

Madrid e Genova condividono una forte vocazione all'apertura internazionale. Genova è porta del Mediterraneo; Madrid è centro decisionale e logistico della penisola iberica.

Ma oggi questo dialogo si inserisce in un contesto più ampio: quello di una relazione economica tra Italia e Spagna che ha superato la logica della concorrenza. Le due economie sono diventate complementari anche a livello territoriale: Genova rappresenta un hub logistico strategico, mentre Madrid è piattaforma di accesso a mercati globali, in particolare all'America Latina.

È una connessione tra flussi fisici e capacità strategica, tra infrastruttura e governance. Un dialogo silenzioso, ma estremamente concreto, che riflette

un modello di integrazione già visibile nelle filiere industriali tra i due Paesi.

Genova è porto, Madrid è snodo. Due identità diverse ma profondamente complementari. Possiamo immaginare un asse strutturato tra Mediterraneo e Spagna capace di generare valore stabile?

Certamente, soprattutto se lo leggiamo in una prospettiva triangolare Europa-Mediterraneo-America Latina.

Madrid rappresenta una porta privilegiata verso i mercati latinoamericani, mentre Genova è un punto strategico per l'ingresso nel mercato italiano e centro-europeo. Questo asse può diventare una traiettoria concreta di interscambio di persone, idee, investimenti e opportunità.

Non si tratta solo di infrastrutture: è la costruzione di un corridoio stabile di relazioni economiche e culturali. In un contesto in cui l'interscambio tra Italia e Spagna ha già superato i 68 miliardi di euro, un asse strutturato rafforzerebbe ulteriormente una relazione che è già oggi uno dei laboratori più avanzati di integrazione produttiva in Europa.

Il suo ruolo la pone al centro di relazioni istituzionali e imprenditoriali complesse.

Quanto conta oggi la diplomazia economica nel costruire relazioni durature tra Paesi?

La diplomazia economica è fondamentale perché si basa su relazioni concrete e durature.

Gli investimenti incrociati tra Italia e Spagna — oltre 48 miliardi di euro di stock italiano in Spagna e quasi 17 miliardi di investimenti spagnoli in Italia — dimostrano che il legame va ben oltre il commercio.

Si tratta di costruire contesti di fiducia e integrazione industriale. In questo senso, la diplomazia economica diventa il linguaggio che tiene insieme istituzioni e imprese, creando una continuità che resiste anche alle oscillazioni politiche.

Spesso si parla di internazionalizzazione come strategia. Ma quanto, invece, è ancora una questione di persone, di fiducia, di relazione diretta?

L'internazionalizzazione, prima ancora che una strategia, è una questione profondamente umana. Le relazioni economiche si fondano sulla fiducia, e la fiducia nasce dal contatto diretto tra le persone.

Io spesso faccio una battuta: italiani e spagnoli si capiscono così bene perché hanno gli stessi difetti... ma qualità diverse. Ed è proprio questa combinazione che li rende così complementari. C'è una base comune di cultura, stile di vita e modo di relazionarsi, che facilita immediatamente il dialogo. Allo stesso tempo, ciascun Paese porta caratteristiche specifiche che arricchiscono l'altro. È lì che nasce il vero valore: non nella somiglianza, ma nell'integrazione. Ed è anche uno dei motivi per cui la relazione economica tra Italia e Spagna è diventata così solida e naturale nel tempo.



In questo percorso, quanto pesa il fattore culturale?

Può la cultura — prima ancora dell'economia — essere il primo vero gesto diplomatico tra territori?

Absolutamente sì. La cultura è il primo ponte. Italia e Spagna condividono valori e sensibilità che facilitano il dialogo, ma soprattutto hanno sviluppato una circolazione intensa di capitale umano. Pensiamo, ad esempio, agli oltre 14 mila studenti italiani che ogni anno scelgono la Spagna attraverso programmi di mobilità.

Questa "quinta libertà" — la circolazione della conoscenza — crea una base invisibile ma potentissima per lo sviluppo economico.

Se guarda al suo percorso personale, c'è un momento in cui ha percepito che questo ponte tra Italia e Spagna stava diventando parte della sua identità?

È stato un processo naturale. A un certo punto ci si accorge che non si sta più semplicemente lavorando tra due Paesi, ma dentro una relazione.

Oggi questa integrazione è visibile anche a livello sistemico: imprese, professionisti, studenti, istituzioni. È un ecosistema in cui identità e collaborazione si intrecciano.

C'è una frase spagnola, semplice ma potente: éramos jóvenes. Se pensa agli inizi, a quando tutto stava prendendo forma, cosa è rimasto intatto di quello slancio?

È rimasta la curiosità. La stessa che oggi ritroviamo nelle imprese che investono, nei giovani che si muovono tra i due Paesi, nelle istituzioni che co-

struiscono ponti.

Oggi quell'energia è più consapevole, ma è anche più strutturata: si traduce in relazioni economiche stabili, in investimenti duraturi, in una visione condivisa.

E cosa, invece, è cambiato profondamente nel modo di costruire relazioni e visione oggi?

È cambiata la complessità. Oggi le relazioni si sviluppano in un contesto globale, dove economia, politica e cultura si intrecciano continuamente.

Ma l'essenziale non è cambiato: la fiducia resta il fondamento. Anche in un sistema altamente integrato come quello italo-spagnolo, il rapporto umano continua a essere il vero motore.

Guardando avanti: quale ruolo può giocare un asse come Madrid-Genova nello scenario europeo dei prossimi anni?

Credo ci sia una grande opportunità di costruire un asse dinamico ma solido, soprattutto nel contesto delle relazioni tra Unione Europea e America Latina. Anche alla luce del recente accordo UE-Mercosur, questo collegamento può assumere un ruolo sempre più strategico.

Italia e Spagna rappresentano insieme oltre il 20% del PIL dell'UE: una massa critica che, se coordinata, può incidere su energia, infrastrutture, digitale e politiche industriali comuni. In questo scenario, un asse Madrid-Genova può diventare una direttrice concreta di questa integrazione.

Genova, in particolare, può trarre un vantaggio significativo da questa coordinazione: rafforzando il proprio ruolo di hub logistico e porta del Mediterraneo, può diventare la naturale

prosecuzione dei flussi economici, finanziari e commerciali che transitano attraverso Madrid. In altre parole, può posizionarsi come punto di accesso privilegiato verso il sistema produttivo italiano e il cuore dell'Europa.

Non si tratta solo di intercettare traffici, ma di entrare stabilmente nelle catene del valore che collegano Europa e America Latina. È qui che la somma tra capacità strategica e complementarità economica può tradursi in crescita concreta e duratura.

Se dovesse immaginare un progetto simbolico, capace di rappresentare questo legame tra Italia e Spagna, quale sarebbe?

Immaginerei un progetto che unisca infrastrutture, formazione e innovazione: un programma stabile di scambio tra imprese, università e istituzioni, capace di creare un ecosistema condiviso e duraturo.

Ma perché questo possa funzionare davvero, è fondamentale il ruolo delle relazioni tra istituzioni. Sono proprio le istituzioni che devono costruire un quadro di riferimento solido, basato su credibilità, competenza e reputazione reciproca. Senza questi elementi, anche le migliori iniziative rischiano di rimanere episodiche.

Quando invece esiste fiducia istituzionale, le imprese investono con maggiore sicurezza, i progetti si consolidano e le collaborazioni diventano strutturali. In questo senso, il vero ponte non è solo tra territori, ma tra sistemi che si riconoscono affidabili e complementari.

Accanto a questo, resta centrale la dimensione umana: creare spazi in cui giovani talenti, imprenditori e ricercatori possano muoversi tra Madrid e Genova, costruendo relazioni

destinate a durare nel tempo.

Infine: che consiglio darebbe oggi a chi si affaccia al mondo delle relazioni internazionali, in un tempo così complesso ma anche così ricco di possibilità?

Il consiglio è di costruire le relazioni dal basso, partendo dalla conoscenza delle persone e delle culture. È fondamentale investire tempo nell'ascolto, sviluppare empatia e individuare i punti di compatibilità.

C'è poi un aspetto molto concreto che spesso condividiamo con gli imprenditori che si affacciano al mercato spagnolo: qui premia chi arriva con idee chiare e una visione di medio periodo. Un business plan a quattro o cinque anni, una strategia strutturata, la volontà di radicarsi. In questi casi, il successo è una conseguenza naturale.

Diverso è per chi pensa di entrare per cogliere un momento o sfruttare un'opportunità contingente. In quei casi, prima o poi si paga un prezzo — qualcuno direbbe "dazio", che è diventata una parola di moda, ma resta comunque una brutta parola. In un mondo che accelera, la capacità di creare fiducia e costruire nel tempo resta ciò che fa davvero la differenza.

Tra Madrid e Genova non si costruisce soltanto economia, si costruisce continuità perché ogni relazione, prima di diventare sistema, è stata intuizione. Prima di diventare strategia, è stata sguardo.

Forse è proprio lì che tutto ritorna: in quel tempo sospeso in cui éramos jóvenes, e già, senza saperlo, stavamo disegnando il futuro.



Entre Madrid y Génova: donde nacen las trayectorias que unen futuro y memoria

Entrevista al Dr. Marco Pizzi, Presidente de la Cámara de Comercio e Industria Italiana para España

Hay relaciones que no nacen de las cifras, sino de los trayectos. Hay puentes que no se ven, pero que existen desde siempre. Entre Madrid y Génova se mueve una línea sutil hecha de comercio, visión y cultura. Pero también de historias personales, de trayectorias humanas. Y, tal vez, de un tiempo en el que, como dirían en España, éramos jóvenes. Un tiempo que no ha pasado: se ha convertido en dirección.

Presidente Pizzi, la Cámara de Comercio Italiana para España es una realidad histórica. En un mundo que se acelera, ¿qué significa hoy custodiar una memoria tan larga y transformarla en visión?

La Cámara tiene una historia plurisecular, nacida en 1914 gracias a la visión de empresarios italianos y españoles que, en un contexto internacional complejo, decidieron cooperar y apoyarse mutuamente. Muchos procedían precisamente de Génova, como se puede apreciar en la novela "Cento" de Giorgio Silvestri.

Tenían muy claro que la prosperidad de ambos países pasaba por el incremento constante del intercambio comercial y la colaboración entre empresas. Hoy, esa intuición ha evolucionado hacia algo aún más estructural: ya no son solo intercambios, sino un verdadero ecosistema económico integrado entre Italia y España. Custodiar esa memoria significa reconocer

que ya entonces existía una forma embrionaria de lo que hoy llamamos complementariedad estratégica: no competir en los mismos espacios, sino construir valor juntos. En una Europa llamada a enfrentarse a grandes bloques globales, esta visión es más actual que nunca. Sin raíces, no hay dirección.

Entre Madrid y Génova existe un diálogo natural, casi silencioso. En su opinión, ¿cuáles son hoy los puntos de contacto más fuertes entre estos dos sistemas territoriales?

Madrid y Génova comparten una fuerte vocación de apertura internacional. Génova es la puerta del Mediterráneo; Madrid es el centro decisorio y logístico de la península ibérica. Pero hoy este diálogo se inserta en un contexto más amplio: el de una relación económica entre Italia y España que ha superado la lógica de la competencia. Ambas economías se han vuelto complementarias también a nivel territorial: Génova representa un hub logístico estratégico, mientras que Madrid es una plataforma de acceso a mercados globales, especialmente a Iberoamérica. Es una conexión entre flujos físicos y capacidad estratégica, entre infraestructura y gobernanza. Un diálogo silencioso, pero extremadamente concreto, que refleja un modelo de integración ya visible en las cadenas industriales entre ambos países.

Génova es puerto, Madrid es nudo de comunicaciones. Dos identidades diferentes pero profundamente complementarias. ¿Podemos

imaginar un eje estructurado entre el Mediterráneo y España capaz de generar valor estable?

Ciertamente, sobre todo si lo leemos desde una perspectiva triangular Europa-Mediterráneo-Iberoamérica. Madrid representa una puerta privilegiada hacia los mercados latinoamericanos, mientras que Génova es un punto estratégico para la entrada en el mercado italiano y centro-europeo. Este eje puede convertirse en una trayectoria concreta de intercambio de personas, ideas, inversiones y oportunidades. No se trata solo de infraestructuras: es la construcción de un corredor estable de relaciones económicas y culturales. En un contexto en el que el intercambio entre Italia y España ya ha superado los 68.000 millones de euros, un eje estructurado reforzaría aún más una relación que es ya hoy uno de los laboratorios más avanzados de integración productiva en Europa.

Su cargo le sitúa en el centro de relaciones institucionales y empresariales complejas. ¿Cuánto cuenta hoy la diplomacia económica a la hora de construir relaciones duraderas entre países?

La diplomacia económica es fundamental porque se basa en relaciones concretas y duraderas. Las inversiones cruzadas entre Italia y España —con un stock italiano en España de más de 48.000 millones de euros y casi 17.000 millones de inversiones españolas en Italia— demuestran que el vínculo va mucho más allá del comercio. Se trata de construir contextos de confianza e integración industrial. En este sentido, la

diplomacia económica se convierte en el lenguaje que une a instituciones y empresas, creando una continuidad que resiste incluso a las oscilaciones políticas.

A menudo se habla de la internacionalización como una estrategia. Pero, ¿cuánto hay todavía de cuestión de personas, de confianza, de relación directa?

La internacionalización, antes incluso que una estrategia, es una cuestión profundamente humana. Las relaciones económicas se fundan en la confianza, y la confianza nace del contacto directo entre las personas. Yo suelo hacer una broma: italianos y españoles se entienden tan bien porque tienen los mismos defectos... pero virtudes distintas. Y es precisamente esa combinación lo que los hace tan complementarios. Existe una base común de cultura, estilo de vida y forma de relacionarse que facilita el diálogo de inmediato. Al mismo tiempo, cada país aporta características específicas que enriquecen al otro. Ahí nace el verdadero valor: no en la semejanza, sino en la integración. Y es también uno de los motivos por los que la relación económica entre Italia y España se ha vuelto tan sólida y natural con el tiempo.

En este trayecto, ¿cuánto pesa el factor cultural? ¿Puede la cultura —antes incluso que la economía— ser el primer gesto diplomático real entre territorios?

Absolutamente sí. La cultura es el primer puente. Italia y España comparten valores y sensibilidades que facilitan el diálogo, pero sobre todo han



desarrollado una circulación intensa de capital humano. Pensemos, por ejemplo, en los más de 14.000 estudiantes italianos que cada año eligen España a través de programas de movilidad. Esta “quinta libertad” —la circulación del conocimiento— crea una base invisible pero potentísima para el desarrollo económico.

Si echa la vista atrás a su trayectoria personal, ¿hubo algún momento en el que percibió que este puente entre Italia y España estaba pasando a formar parte de su identidad?

Fue un proceso natural. En un momento dado, uno se da cuenta de que ya no está simplemente trabajando entre dos países, sino dentro de una relación. Hoy esta integración es visible también a nivel sistémico: empresas, profesionales, estudiantes, instituciones. Es un ecosistema en el que identidad y colaboración se entrelazan.

Hay una frase en español, sencilla pero potente: éramos jóvenes. Si piensa en los inicios, cuando todo estaba tomando forma, ¿qué queda intacto de aquel impulso?

Queda la curiosidad. La misma que hoy encontramos en las empresas que invierten, en los jóvenes que se mueven entre ambos países, en las instituciones que construyen puentes. Hoy esa energía es más consciente, pero también está más estructurada: se traduce en relaciones económicas estables, en inversiones duraderas, en una visión compartida.

¿Y qué ha cambiado profundamente en la forma de construir relaciones y

visión hoy en día?

Ha cambiado la complejidad. Hoy las relaciones se desarrollan en un contexto global donde economía, política y cultura se entrelazan continuamente. Pero lo esencial no ha cambiado: la confianza sigue siendo el fundamento. Incluso en un sistema altamente integrado como el ítalo-español, la relación humana continúa siendo el verdadero motor.

Mirando al futuro: ¿qué papel puede jugar un eje como Madrid-Génova en el escenario europeo de los próximos años?

Creo que hay una gran oportunidad para construir un eje dinámico pero sólido, especialmente en el contexto de las relaciones entre la Unión Europea e Iberoamérica. También a la luz del reciente acuerdo UE-Mercosur, esta conexión puede asumir un papel cada vez más estratégico. Italia y España representan juntas más del 20% del PIB de la UE: una masa crítica que, si se coordina, puede incidir en energía, infraestructuras, digitalización y políticas industriales comunes. En este escenario, un eje Madrid-Génova puede convertirse en una directriz concreta de esta integración.

Génova, en particular, puede obtener una ventaja significativa de esta coordinación: al reforzar su papel como hub logístico y puerta del Mediterráneo, puede convertirse en la continuación natural de los flujos económicos, financieros y comerciales que transitan por Madrid. En otras palabras, puede posicionarse como punto de acceso privilegiado al sistema productivo italiano y al

corazón de Europa. No se trata solo de interceptar tráficos, sino de entrar de forma estable en las cadenas de valor que conectan Europa y América Latina. Es aquí donde la suma entre capacidad estratégica y complementariedad económica puede traducirse en un crecimiento concreto y duradero.

Si tuviera que imaginar un proyecto simbólico capaz de representar este vínculo entre Italia y España, ¿cuál sería?

Imaginaría un proyecto que uniera infraestructuras, formación e innovación: un programa estable de intercambio entre empresas, universidades e instituciones, capaz de crear un ecosistema compartido y duradero. Pero para que esto funcione de verdad, es fundamental el papel de las relaciones entre instituciones. Son precisamente las instituciones las que deben construir un marco de referencia sólido, basado en la credibilidad, la competencia y la reputación recíproca. Sin estos elementos, incluso las mejores iniciativas corren el riesgo de ser episódicas.

Cuando existe confianza institucional, las empresas invierten con mayor seguridad, los proyectos se consolidan y las colaboraciones se vuelven estructurales. En este sentido, el verdadero puente no es solo entre territorios, sino entre sistemas que se reconocen como fiables y complementarios. Junto a esto, sigue siendo central la dimensión humana: crear espacios en los que jóvenes talentos, empresarios e investigadores puedan moverse entre Madrid y Génova, construyendo relaciones destinadas a

perdurar en el tiempo.

Por último: ¿qué consejo daría hoy a quien se asoma al mundo de las relaciones internacionales en un tiempo tan complejo pero también tan rico en posibilidades?

El consejo es construir las relaciones desde la base, partiendo del conocimiento de las personas y las culturas. Es fundamental invertir tiempo en la escucha, desarrollar empatía e identificar los puntos de compatibilidad. Hay además un aspecto muy concreto que solemos compartir con los empresarios que se asoman al mercado español: aquí se premia a quien llega con las ideas claras y una visión a medio plazo. Un plan de negocio a cuatro o cinco años, una estrategia estructurada, la voluntad de arraigarse. En estos casos, el éxito es una consecuencia natural.

Diferente es el caso de quien piensa entrar para aprovechar un momento o una oportunidad contingente. En esos casos, tarde o temprano se paga un precio —alguien diría un “peaje” o “arancel”, que se ha puesto de moda, pero no deja de ser una palabra fea—. En un mundo que se acelera, la capacidad de crear confianza y construir a lo largo del tiempo sigue siendo lo que marca la diferencia.

Entre Madrid y Génova no se construye solo economía, se construye continuidad porque cada relación, antes de convertirse en sistema, fue intuición. Antes de ser estrategia, fue mirada. Tal vez es precisamente ahí donde todo vuelve: a ese tiempo suspendido en el que éramos jóvenes y ya, sin saberlo, estábamos dibujando el futuro.

La logística, eje esencial en el desarrollo de los torneos de MADCUP

de Paula López Rubio,
Departamento
de Comunicación

MADCUP continúa consolidándose como una plataforma clave para el desarrollo de jóvenes talentos a través de la educación en valores. Sus torneos cada vez atraen a un número mayor de equipos, con su correspondiente crecimiento a nivel internacional, y es que esta expansión no solo refleja el prestigio deportivo del evento, sino también la solidez de una organización que ha sabido adaptarse a las exigencias de un entorno global. Todos los torneos que conforman el universo MADCUP, que incluyen disciplinas como baloncesto, voleibol, fútbol y el recientemente incorporado tenis, destacan por una amplia participación de equipos internacionales. En **MADCUP FOOTBALL MADRID de 2025**, participaron más de 800 equipos procedentes de 41 países. Del mismo modo, **MADCUP BASKET** y **MADCUP VOLLEY** continúan consolidando en cada edición su crecimiento y proyección



internacional, además de su presencia nacional. En el ámbito turístico, la organización se encarga de la contratación de alojamientos, ofreciendo distintas opciones previamente seleccionadas para garantizar comodidad y calidad. De esta forma, los equipos pueden centrarse exclusivamente en el aspecto deportivo, delegando en MADCUP toda la planificación de su estancia.

El transporte es otro de los elementos clave. El torneo dispone de un completo sistema de rutas que incluye recogidas en aeropuertos,

traslados a los partidos y desplazamientos a actividades complementarias. Además, los equipos tienen la posibilidad de organizar experiencias adicionales, gestionadas directamente a través de la organización, lo que enriquece su participación más allá del terreno de juego.

Por ejemplo, durante la pasada edición de MADCUP FOOTBALL MADRID se coordinó el traslado de 100 equipos, lo que supuso movilizar a alrededor de 1.800 personas y gestionar más de 1.000 desplazamientos. En cuanto al alojamiento, la cifra

de personas hospedadas superó las 4.000.

La atención sanitaria constituye otro de los aspectos prioritarios. Todos los participantes cuentan con un seguro de asistencia en caso de lesiones durante los partidos y, en caso de necesidad hospitalaria, se activa un protocolo específico que incluye la apertura de expediente y el seguimiento continuo, garantizando una respuesta rápida y eficaz.

En conjunto, MADCUP ofrece un servicio integral que abarca alojamiento, transporte, atención sanitaria y acompañamiento constante durante toda la competición. Este enfoque global no solo facilita la participación de equipos internacionales, sino que también posiciona al torneo como un referente organizativo en el ámbito del deporte base.

Con una apuesta firme por la calidad y la internacionalización, MADCUP sigue creciendo, demostrando que el éxito de un gran torneo no solo se mide en el campo, sino también en la excelencia de todo lo que ocurre fuera de él.

La logística, asse essenziale nello sviluppo dei tornei MADCUP

MADCUP continua a consolidarsi come una piattaforma chiave per lo sviluppo di giovani talenti attraverso l'educazione ai valori. I suoi tornei attirano un numero sempre maggiore di squadre, con una crescita corrispondente a livello internazionale; questa espansione non solo riflette il prestigio sportivo dell'evento, ma anche la solidità di un'organizzazione che ha saputo adattarsi alle esigenze di un ambiente globale.

Tutti i tornei che compongono l'universo MADCUP, che includono discipline come basket, pallavolo, calcio e il recentemente introdotto tennis, si distinguono per una vasta partecipazione di squadre internazionali. Nel MADCUP FOOTBALL MADRID del 2025 hanno partecipato oltre 800 squadre provenienti da 41 paesi. Allo stesso modo, MADCUP BASKET e MADCUP VOLLEY continuano a consolidare, ad ogni edizione, la loro crescita e proiezione internazionale, oltre alla loro presenza nazionale.

Nel settore turistico, l'organizzazione si occupa della prenotazione degli alloggi, offren-



do diverse opzioni selezionate in anticipo per garantire comfort e qualità. In questo modo, le squadre possono concentrarsi esclusivamente sull'aspetto sportivo, delegando a MADCUP tutta la pianificazione del soggiorno.

Il trasporto è un altro elemento chiave. Il torneo dispone di un sistema completo di percorsi che include il trasferimento dagli aeroporti, spostamenti verso le partite e verso attività complementari. Inoltre, le squadre hanno la possibilità

di organizzare esperienze aggiuntive, gestite direttamente dall'organizzazione, arricchendo così la loro partecipazione oltre il terreno di gioco.

Ad esempio, durante l'ultima edizione di MADCUP FOOTBALL MADRID è stato coordinato il trasferimento di 100 squadre, il che ha significato mobilitare circa 1.800 persone e gestire oltre 1.000 spostamenti. Per quanto riguarda l'alloggio, il numero di persone ospitate ha superato le 4.000.

L'assistenza sanitaria rappresenta un altro aspetto prioritario. Tutti i partecipanti dispongono di un'assicurazione di assistenza in caso di infortuni durante le partite e, qualora si renda necessario il ricovero ospedaliero, viene attivato un protocollo specifico che include l'apertura della pratica e il monitoraggio continuo, garantendo una risposta rapida ed efficace.

Nel complesso, MADCUP offre un servizio integrato che comprende alloggio, trasporto, assistenza sanitaria e accompagnamento costante durante tutta la competizione. Questo approccio globale non solo facilita la partecipazione delle squadre internazionali, ma posiziona anche il torneo come un punto di riferimento organizzativo nel campo dello sport giovanile.

Con un impegno deciso per la qualità e l'internazionalizzazione, MADCUP continua a crescere, dimostrando che il successo di un grande torneo non si misura solo sul campo, ma anche nell'eccellenza di tutto ciò che avviene fuori da esso.

UTOPIA – VIAJES SIN RETORNO: EL DOCUFILM QUE DEVUELVE VOZ A LA DIÁSPORA ITALIANA

de Pietro Mariani Director – Consejero CGIE para España y Portugal

Utopía – Viajes sin retorno nace de un encargo del Com.It.Es. de Madrid con el objetivo de transformar en relato audiovisual una de las páginas más dramáticas y menos conocidas de la historia migratoria italiana: el naufragio del vapor Utopía, ocurrido el 17 de marzo de 1891 en la bahía de Gibraltar, donde murieron 570 personas, en su mayoría emigrantes italianos. Para realizar el docufilm fueron necesarios más de 7.000 km de viaje entre Italia, España y Gibraltar, un año de trabajo y la participación de 35 personas entre reparto, equipo técnico y logística.

La tragedia del Utopía se inserta en el amplio fenómeno de la diáspora italiana, que desde la Unificación vio partir a más de 30 millones de compatriotas. Las causas eran profundas: pobreza endémica, crisis agrarias, falta de tierras, presión fiscal y una creciente brecha entre el Norte y el Sur.

En el Mezzogiorno la emigración se convirtió en la única vía de salvación para comunidades enteras. Los puertos italianos fueron el punto de partida de este éxodo. Génova, hoy sede del MEI – Museo Nacional de la

Emigración Italiana, fue el gran nodo de los flujos del Norte y del Centro, mientras que Nápoles se convirtió en el puerto simbólico de la emigración meridional: desde allí partían miles de personas procedentes de Campania, Basilicata, Calabria y Sicilia, a menudo hacinadas en las bodegas de los barcos rumbo a América.

El Utopía, tras embarcar a cientos de emigrantes en Palermo y Nápoles, nunca llegó a Nueva York. El 17 de marzo de 1891, en plena tormenta con mar fuerza 9, mientras intentaba entrar en el puerto de Gibraltar, un error de maniobra del capitán provocó la colisión con el acorazado británico HMS Anson. El impacto abrió una brecha devastadora y el barco se hundió en solo 20 minutos, sin dar tiempo a los socorros. En esas horas dramáticas destacó la extraordinaria

solidaridad de los pescadores y habitantes de La Línea de la Concepción, que recuperaron cuerpos, prestaron ayuda como pudieron y, en los días siguientes, contribuyeron a dar sepultura digna a las víctimas italianas.

Contar esta historia significó afrontar un desafío delicado: combinar rigor documental y sensibilidad contemporánea, devolviendo humanidad a las víctimas y reflexionando sobre un fenómeno que sigue marcando la historia italiana. Hoy millones de italianos viven en el extranjero y, como entonces, pocos regresan, echando raíces en otros países. Sin embargo, el sentimiento de italianidad permanece y atraviesa generaciones.

El docufilm se enriqueció con el trabajo de un equipo extraordinario: Fabio Turchetti para la música original, Aldo

Amati para la fotografía y el montaje, Carla Monni para las imágenes VFX y la IA generativa, y Pina Mafodda, autora de un importante volumen sobre el naufragio y valiosa asesora histórica. Fundamental fue la colaboración de las comunidades de Buonabitacolo, Carovilli, Castel di Sasso, Pietrabbondante, Pomarico y San Paolo Albanese, junto con la ciudad de La Línea de la Concepción.

El proyecto recibió el apoyo de la Diputación de Cádiz y la contribución del MAECI, con el patrocinio de la Embajada de Italia y el Consulado General en Madrid. *Utopía – Viajes sin retorno* se integra en el recorrido de memoria promovido por el MEI de Génova, que dedica un amplio espacio a los grandes naufragios de la emigración, entre ellos el del Utopía.



UTOPIA – VIAGGI SENZA RITORNO: IL DOCUFILM CHE RIDÀ VOCE ALLA DIASPORA ITALIANA

Utopía – Viaggi senza ritorno nasce da un incarico del Com.It.Es. di Madrid, con l'obiettivo di trasformare in racconto audiovisivo una delle pagine più drammatiche e meno conosciute della nostra storia migratoria: il naufragio del piroscafo Utopia, avvenuto il 17 marzo 1891 nella baia di Gibilterra, in cui persero la vita 570 persone, in gran parte migranti italiani. Per realizzare il docufilm sono stati necessari oltre 7.000 km di viaggio tra Italia, Spagna e Gibilterra e un anno di lavoro, coinvolgendo 35 persone tra cast, troupe e logistica.

La tragedia dell'Utopia si inserisce nel più vasto fenomeno della diaspora italiana, che dall'Unità d'Italia vide oltre 30 milioni di connazionali lasciare il Paese. Le cause erano profonde: povertà endemica, crisi agrarie, mancanza di terre, pressione fiscale e un crescente divario

tra Nord e Sud. Nel Meridione l'emigrazione divenne l'unica via di salvezza per intere comunità.

I porti italiani furono il punto di partenza di questo esodo epocale. Genova, oggi sede del MEI – Museo Nazionale dell'Emigrazione Italiana, rappresentò il grande snodo dei flussi del Nord e del Centro, mentre Napoli divenne il porto simbolo dell'emigrazione meridionale: da qui salpavano migliaia di persone provenienti da Campania, Basilicata, Calabria e Sicilia, spesso stipate nelle stive delle navi dirette verso le Americhe.

L'Utopia, dopo aver imbarcato centinaia di migranti a Palermo e Napoli, non raggiunse mai New York. Il 17 marzo 1891, durante una tempesta con mare forza 9, mentre tentava di entrare nel porto di Gibilterra, un errore di manovra del capitano portò il piroscafo a collidere con la corazzata britannica HMS Anson. Lo speronamento aprì

una falla devastante e la nave affondò in soli 20 minuti, impedendo ai soccorsi di intervenire. In quelle ore drammatiche emerse la straordinaria solidarietà dei pescatori e degli abitanti di La Línea de la Concepción, che recuperarono corpi, prestarono aiuto come poterono e, nei giorni successivi, contribuirono a dare sepoltura dignitosa alle vittime italiane.

Raccontare questa storia ha significato affrontare una sfida delicata: coniugare rigore documentale e sensibilità contemporanea, restituendo umanità alle vittime e riflettendo sull'attualità di un fenomeno che continua a segnare la storia italiana. Ancora oggi milioni di connazionali vivono all'estero e, come allora, pochi rientrano, mettendo radici altrove. L'italianità, però, rimane un sentimento profondo che attraversa le generazioni.

Il docufilm si è arricchito del contributo di una squadra straordinaria: Fabio Turchetti

per le musiche originali, Aldo Amati per riprese e montaggio, Carla Monni per immagini VFX e AI rigenerativa, e Pina Mafodda, autrice di un importante volume sul naufragio e preziosa consulente storica.

Fondamentale è stata la collaborazione delle comunità di Buonabitacolo, Carovilli, Castel di Sasso, Pietrabbondante, Pomarico e San Paolo Albanese, insieme alla città di La Línea de la Concepción. Il progetto ha ricevuto il sostegno della Diputación de Cádiz e il contributo del MAECI, con il patrocinio dell'Ambasciata d'Italia e del Consolato Generale a Madrid. *Utopía – Viaggi senza ritorno* si inserisce idealmente nel percorso di memoria promosso dal MEI di Genova, che dedica ampio spazio ai grandi naufragi dell'emigrazione, tra cui quello dell'Utopia.

La Twin Transition: el desafío del Grupo Tecno

de Manuela Boni



El Grupo Tecno se ha consolidado como protagonista de la Twin Transition: Claudio Colucci, consejero delegado, ¿cuál es hoy el reto más complejo a la hora de acompañar a las empresas hacia un modelo realmente sostenible y digital?

“En Tecno nos hemos posicionado en el mercado como un actor de referencia en el ámbito del SustainTech. Acompañamos principalmente a pequeñas y medianas empresas que buscan responder adecuadamente a la transición energética y digital, utilizando la sostenibilidad como un factor competitivo y alejándose de prácticas incorrectas y poco viables a largo plazo, como el greenwashing. Desde esta perspectiva, el reto no es tanto tecnológico, sino estratégico y cultural. En primer lugar, es necesario formar a nuevos perfiles profesionales capaces de unir competencias de ingeniería, digitales y de sostenibilidad, con una fuerte sensibilidad hacia el tema. Pero, sobre todo, hay que incentivar a las pymes a seguir una hoja de ruta que pase de la simple narrativa a la adopción de un enfoque objetivo, concreto y medible —data driven— para monitorizar sus avances en sostenibilidad. Este es, sin duda, el paso clave”.

Con una presencia repartida entre Italia y Europa, el Grupo Tecno sigue expandiendo su radio de acción: ¿qué dirección estratégica guiará vuestro desarrollo en los próximos años?

“Sin duda, la dirección estratégica del grupo, así como el objetivo que nos impulsó a salir a Bolsa en julio de 2025, es la consolidación de nuestro papel como líderes europeos en el ámbito del SustainTech. En este sentido, recientemente hemos inaugurado nuestro nuevo ‘SustainTech Hub’ en el Kilometro Rosso Innovation District de Bérgamo que, tanto por su ubicación como por las empresas que alberga, representa un punto estratégico para el lanzamiento de nuevos proyectos y la creación de sinergias provechosas”.

A la luz de su experiencia, ¿cree que la cultura puede representar hoy una auténtica carta de presentación para el comercio y las relaciones económicas internacionales, convirtiéndose en parte integrante de la competitividad de un país?

“Totalmente. Hoy la cultura ya no es solo una ‘carta de presentación’, sino un componente estratégico e integrante de la competitividad de una nación. Influye positivamente en las dinámicas

comerciales, es capaz de atraer inversiones y refuerza las relaciones económicas internacionales. Como diría Nye, se trata de una herramienta fundamental de ‘soft power’. Primero, el arte y la cultura definen la imagen y el atractivo turístico de un país en el exterior; además, el vínculo entre economía y cultura es muy tangible: sectores como el diseño, la moda, el audiovisual o la gastronomía demuestran cómo el perfil cultural puede influir en las dinámicas de importación y exportación. Debemos considerar nuestro objetivo principal: apoyar a las pymes en la transición digital y sostenible. Para que este camino sea fructífero a largo plazo, es vital tener en cuenta la inversión: un país que pone en valor su patrimonio e historia resulta atractivo para los inversores internacionales que buscan territorios de alto perfil que contribuyan al desarrollo integral”.



Jacopo Proietti Semproni, en su rol entre Italia y España, ¿cuánto cuenta hoy la capacidad de traducir no solo mercados, sino culturas económicas?

“La capacidad de traducir y conectar culturas económicas diferentes se considera hoy crítica y fundamental. No se trata de pasar de un idioma a otro, sino de hacer de puente entre dos contextos que, aunque compartan raíces latinas y enfoques mediterráneos, son profundamente distintos en varios aspectos. En España, por ejemplo, construir una relación personal sólida a través de la conversación y el trato directo es, a menudo, un prelude indispensable para la negociación económica, superando a veces la rigidez contractual. Entender que el tiempo invertido en conversar no es ‘tiempo perdido’ es clave para un directivo italiano, especialmente cuando hablamos de sostenibilidad y queremos convertirla en un modelo de negocio orientado a los datos. Además, España tiende a tener un mercado laboral más dinámico y orientado a un crecimiento rápido, con una fuerte presencia de empresas ibéricas que se han internacionalizado de forma agresiva, incluso más allá de Europa. Italia mantiene un enfoque más regional, pero con excelencias manufactureras de alto valor añadido que a veces se infravaloran. España, además, suele ofrecer escenarios más ágiles para la inversión, con transportes y servicios públicos que se perciben como más eficientes que en algunas zonas de Italia. Un mediador económico debe saber navegar la mayor complejidad burocrática italiana,

traduciéndola en oportunidades o gestionando las expectativas españolas para que no suponga un límite en la construcción de una sinergia sólida y duradera”.

¿Cuándo deja la sostenibilidad de ser una obligación y se convierte en una palanca real de competitividad?

“La sostenibilidad deja de ser un mero trámite normativo en el momento en que se integra estratégicamente en el modelo de negocio. Ahí deja de ser un coste o un ejercicio de comunicación —como vemos en el greenwashing— para ser un motor de innovación, eficiencia y valor. En primer lugar, la sostenibilidad no debe limitarse a comités secundarios; debe entrar de lleno en las decisiones de la alta dirección, calando en la cultura organizativa. Cuando las empresas pasan de prácticas aisladas o reciclaje esporádico a un enfoque holístico y circular, creando nuevos productos o servicios que responden a retos sociales y ambientales, es cuando la evolución empieza a ser eficaz. También es una cuestión de resultados: la sostenibilidad es clave cuando se traduce en una reducción real de costes operativos, como el ahorro en la factura energética o en el mantenimiento de maquinaria. No es un proceso inmediato, pero da sus frutos a largo plazo”.

¿Cuáles son hoy las geografías más fértiles para una empresa que aúna innovación y ESG?

“En 2026, los territorios más fértiles son aquellos impulsados por una fuerte presión normativa que actúa como motor, pero cuidando que no se quede en objetivos utópicos, y aquellos apoyados en ecosistemas tecnológicos avanzados. Europa es un área con un potencial enorme; países como Italia demuestran una gran voluntad de progreso en términos ESG. Norteamérica y ciertas zonas de Asia son referentes, pero destaco Europa por su liderazgo global gracias a un marco normativo exigente. Los países nórdicos, como los de la península escandinava, siguen siendo los mejores en innovación verde, junto a los Países Bajos, Francia y, recientemente, Alemania, que destaca en patentes verdes. Mención especial para Italia: se ha situado entre los tres primeros países europeos por número de patentes verdes, con Lombardía y el Véneto a la cabeza”.

¿Puede la cultura seguir siendo el primer puente en las relaciones económicas internacionales?

“Sí, la cultura puede ser, y suele ser, el primer puente. En un mundo globalizado, actúa como palanca estratégica para construir relaciones comerciales estables, transmitiendo valores y reputación. El sistema productivo cultural y creativo genera un alto valor añadido: festivales, cine o música se transforman en plataformas de networking estructuradas, creando espacios para mesas B2B entre empresas e instituciones. Es una herramienta clave para atraer inversión extranjera y entablar diálogos transfronterizos. Pero no debemos conformarnos solo con la ‘imagen cultural’. Hay que saber enriquecerla con valores globales, como la necesidad de un desarrollo verde y sostenible. La cultura debe ser una componente dinámica, que se valore y se actualice constantemente”.



La Twin Transition: la sfida del Gruppo Tecno

Il Gruppo Tecno si è affermato come protagonista della Twin Transition: Claudio Colucci, amministratore delegato, qual è la sfida più complessa nell'accompagnare le imprese verso un modello realmente sostenibile e digitale?

“Noi di Tecno ci siamo collocati sul mercato come player di riferimento in ambito di SustainTech, quindi accanto principalmente a piccole e medie imprese che vogliono rispondere adeguatamente alla transizione energetica e digitale, sfruttando la sostenibilità come fattore di competitività, senza limitarsi a pratiche scorrette, e poco valide nel lungo periodo, di greenwashing. In quest'ottica, la sfida non è tanto tecnologica, quanto strategica e culturale. È necessario formare figure nuovi profili professionali in grado di unire competenze ingegneristiche, digitali e in merito alla sostenibilità, con una forte sensibilità verso il tema. Ma bisogna incentivare le pmi a percorrere una direttrice che passi dalla semplice narrazione all'adozione di un approccio oggettivo, concreto e misurabile, data driven, nel monitorare gli sviluppi in termini di sostenibilità. Questo è senz'altro il passaggio chiave”.

Con una presenza articolata tra Italia ed Europa, il Gruppo Tecno continua a espandere il proprio raggio d'azione: quale direzione strategica guiderà il vostro sviluppo nei prossimi anni?

“Senza altro la direzione strategica del gruppo, nonché l'obiettivo che ci ha spinti a quotarci in Borsa nel luglio 2025, è il consolidamento del nostro ruolo di leader europeo nell'ambito del SustainTech. In questo senso, abbiamo di recente inaugurato il nostro nuovo “SustainTech Hub” presso il *Kilometro Rosso Innovation District di Bergamo* che, tanto per posizione quanto per società presenti al suo interno, rappresenta un punto particolarmente strategico per l'avvio di nuovi progetti e la costruzione di nuove e proficue sinergie”.

La cultura può rappresentare un biglietto da visita anche per il commercio e le relazioni economiche internazionali, diventando integrante della competitività di un sistema Paese?

“Sicuramente. La cultura oggi non è più solo un ‘biglietto da visita’, ma una componente strategica e integrante della competitività di un Paese. Influenza positivamente le dinamiche commerciali, è in grado di attirare investimenti e rafforza le relazioni economiche internazionali. Come direbbe Nye, si tratta di uno strumento fondamentale di ‘soft power’. Innanzitutto, arte e cultura definiscono l'immagine e l'attrattiva turistica di un Paese all'estero, e poi il legame tra economia e cultura è molto concreto: settori come design, moda, audiovisivo o enogastronomia sono direttamente testimoni di quanto il profilo culturale di un Paese possa influenzare le dinamiche di import ed export. E dobbiamo considerare il nostro

obiettivo principale, ossia affiancare le piccole e medie imprese nella transizione digitale e sostenibile; affinché il percorso possa essere proficuo e di lungo termine, è importante tenere presente il tema degli investimenti: un Paese che valorizza il proprio patrimonio e la propria storicità è d'interesse per gli investitori internazionali che ricercano territori di alto profilo e che possono contribuire al suo sviluppo a tuttotondo”.

Jacopo Proietti Semproni, nel suo ruolo tra Italia e Spagna, quanto conta la capacità di tradurre non solo mercati, ma culture economiche?

“Questa capacità è oggi ritenuta critica e importante. Non si tratta di passare da una lingua all'altra, ma di fare da ponte tra due contesti che, seppur condividano radici latine e approcci mediterranei, sono profondamente differenti per vari aspetti. In Spagna, per esempio, la costruzione di un rapporto personale solido attraverso la conversazione e le relazioni dirette è spesso preludio indispensabile alla negoziazione economica, talvolta superando la rigidità contrattuale. Capire che il tempo investito in conversazione non è ‘tempo perso’ è chiave per un manager italiano, considerando anche che parliamo di sostenibilità e vogliamo renderla un modello di *business data oriented* per favorire lo sviluppo di un'impresa. Inoltre, la Spagna tende ad avere un mercato del lavoro più dinamico e orientato a una crescita rapida, con una forte presenza di aziende iberiche che si sono internazionalizzate aggressivamente, anche oltre il contesto europeo. L'Italia mantiene un focus più regionale, ma con eccellenze manifatturiere ad alto valore aggiunto, spesso sottovalutate. La Spagna, poi, offre spesso scenari più snelli per gli investimenti, con trasporti e servizi pubblici percepiti come più efficienti rispetto ad alcune aree italiane. Un mediatore economico deve saper navigare la maggiore complessità burocratica italiana, traducendola in opportunità o gestendo le aspettative spagnole, senza che rappresenti un limite per la costruzione di una sinergia valida e durevole”.

Quando la sostenibilità smette di essere un obbligo e diventa una leva reale di competitività?

“Smette nel momento in cui viene integrata strategicamente nel modello di business, trasformandosi da costo o esercizio di comunicazione, come spesso si vede nelle pratiche di greenwashing, in un motore di innovazione, efficienza e valore. Innanzitutto, la sostenibilità non deve limitarsi a comitati secondari che parlino dell'impatto ambientale dell'azienda, ma deve entrare a gamba tesa nelle decisioni del vertice aziendale, influenzando la cultura organizzativa e le strategie a lungo termine. Inoltre, quando le aziende passano da pratiche sostenibili isolate, come iniziative sporadiche, o il riciclaggio, a un approccio olistico e cir-

colare, creando nuovi prodotti, servizi o mercati che rispondono alle sfide ambientali e sociali, significa che l'evoluzione può iniziare in maniera efficace. Inoltre, c'è anche un tema di risultati: la sostenibilità diventa fattore chiave quando, con il giusto lavoro in background, si arriva alla concreta riduzione di costi operativi, come i costi di bolletta, o manutenzione dei macchinari. Il processo non è mai breve e immediato, ma poi paga nel lungo termine”.

Quali sono le geografie più fertili per un'impresa che unisce innovazione ed ESG?

“Nel 2026, i territori più fertili in termini di sviluppo sostenibile sono quelli guidati da una forte spinta normativa, che funge da motore trainante, ma bisogna fare attenzione che non diventi un insieme di obiettivi utopistici, e poi quelli trainati da ecosistemi tecnologici avanzati e da una crescente domanda ESG. L'Europa rappresenta un'area dal grande potenziale e molti Paesi, tra cui l'Italia, dimostrano la volontà di progredire in termini ESG. Anche il Nord America e alcune aree chiave asiatiche rappresentano poli di riferimento, ma mi soffermo sull'Europa in quanto si leader globale grazie a un quadro normativo stringente. Paesi nordici e della penisola scandinava si confermano top performer in tema di innovazione green e adozione di pratiche eco-friendly, insieme a Paesi Bassi, ma anche la Francia e di recente la Germania, che si stanno distinguendo per brevetti verdi. Una menzione d'onore all'Italia, che noi viviamo da vicino: si è posizionata tra i primi tre Paesi europei per numero di brevetti green, con Lombardia e Veneto in prima linea”.

La cultura può essere il primo ponte nelle relazioni economiche internazionali?

“Sì, può ancora essere, e spesso lo è, il primo ponte nelle relazioni economiche internazionali. In un mondo globalizzato e competitivo, agisce come una leva strategica per costruire relazioni commerciali stabili, trasmettendo valori e reputazione che costituiscono asset economici decisivi. Il sistema produttivo culturale e creativo è un motore strategico che genera un alto valore aggiunto, ma non solo: festival, produzioni artistiche, mostre, cinema e musica si trasformano in piattaforme strutturate di networking, creando occasioni per tavoli B2B tra imprese, istituzioni finanziarie e stakeholder territoriali. E, poi, uno strumento fondamentale di attrazione per investimenti stranieri e per intavolare un dialogo tra realtà oltreconfine. Ma non ci si deve adagiare su un approccio che sia immagine culturale. Bisogna saper arricchire la cultura con valori condivisibili a livello internazionale e globale, come la necessità di uno sviluppo green e sostenibile. La cultura dev'essere una componente dinamica, da valorizzare e da arricchire costantemente”.

Génova-Tenerife: una ruta de seis siglos Desde la conquista del siglo XV hasta la nueva frontera logística del Atlántico

**de Silvio Pelizzolo
decano del Cuerpo Consular
en Tenerife**

Existe una línea sutil, pero tenaz, que une Génova con Tenerife. No es solo una ruta marítima: es una trayectoria de historia, cultura, comercio, intuición y empresa.

A finales del siglo XV, cuando la conquista castellana de Tenerife cerraba el último capítulo de la incorporación de las Canarias a la Corona de Castilla, el Mediterráneo ya miraba más allá de sus Columnas de Hércules. Génova, ciudad de navegantes, armadores, financieros y mercaderes, comprendió antes que otros que el Atlántico ya no era un confín, sino un nuevo espacio económico.

Los genoveses no llegaron a las Canarias solo con barcos. Llegaron con capital, experiencia comercial, redes familiares, capacidad de crédito y una cultura marítima capaz de transformar una isla volcánica en una plataforma de intercambios.

Tenerife se convirtió progresivamente en un punto de apoyo entre Europa, África y las Américas: azúcar, vino, productos agrícolas, suministros navales, relaciones consulares e intercambios comerciales construyeron a lo largo de los siglos un puente discreto pero sólido entre Liguria y el archipiélago.

Esa presencia dejó huellas incluso en los apellidos. En la historia de Tenerife aparecen familias de origen genovés como los Lercaro, los Justiniani o Giustiniani, los Riverol o Rivarola, los Sopranis y los

Spinola (castellanizados en ocasiones como Espínola). No fueron simples presencias aisladas: fueron linajes, mercaderes, juristas, propietarios e intermediarios económicos que contribuyeron a la formación de la élite urbana y comercial de la isla. La propia Casa Palacio Lercaro, en La Laguna, recuerda todavía hoy el papel asumido por una familia genovesa integrada en el corazón social y patrimonial de Tenerife.

Hoy, esa ruta ya no pertenece solo a la memoria. Ha vuelto a ser actual. En un mundo donde las cadenas logísticas buscan puertos seguros, fiscalidad competitiva, proximidad a los mercados africanos y acceso a la Unión Europea y a las Américas, Tenerife puede convertirse en una plataforma operativa de gran interés para las empresas italianas y ligures. El puerto de Santa Cruz, con la terminal de contenedores del Bufadero, es presentado por la Autoridad Portuaria como un punto estratégico para el tráfico de mercancías



entre Europa, Sudamérica y la costa occidental africana.

La fuerza de la isla reside en su doble naturaleza: periférica sobre el papel, pero central en la geografía real del Atlántico. Tenerife ofrece infraestructuras portuarias, conexiones interinsulares, dos aeropuertos, capital humano cualificado, calidad de vida y un régimen fiscal que puede favorecer inversiones productivas, tecnológicas y logísticas. La Zona Especial Canaria (ZEC) prevé, para las actividades admitidas y dentro de los límites establecidos, un impuesto reducido del 4% sobre la parte de la base imponible generada en el ámbito ZEC. Por su parte, la Zona Franca de Tenerife (ZFT) es un área aduanera delimitada en la que las empresas pueden importar, transformar y almacenar mercancías beneficiándose de importantes ventajas fiscales, como la exención de aranceles e impuestos indirectos.

Para Génova, acostumbrada a pensarse como puerta del Mediterráneo, Tenerife puede representar una segunda puerta: no alternativa, sino complementaria. Una base para distribuir productos italianos —y de otros orígenes— hacia África occidental, las Américas y Europa, testar producciones ligeras, desarrollar servicios logísticos, abrir depósitos aduaneros o implantar empresas tecnológicas, de energías renovables, náutica, agroalimentaria, cosmética y consultoría internacional. El hilo iniciado en el siglo XV no se ha roto. Solo ha cambiado de mercancías, de herramientas y de lenguaje. Ayer eran velas, letras de cambio y azúcar. Hoy son contenedores, fiscalidad especial, inversiones, datos, logística y nuevas empresas. Pero la lógica sigue siendo la misma: quien conoce la ruta, llega antes. Y Génova, si vuelve a mirar hacia Tenerife, puede reencontrar en el Atlántico no una periferia, sino una plataforma de futuro.

sulari, due aeroporti, capitale umano qualificato, qualità della vita e un regime fiscale che può favorire investimenti produttivi, tecnologici e logistici. La Zona Especial Canaria (ZEC) prevede, per le attività ammesse e nei limiti stabiliti, un'imposizione ridotta al 4% sulla parte di base imponible generata nell'ambito ZEC. La Zona Franca di Tenerife (ZFT), è un'area doganale delimitata nella quale le imprese possono importare, trasformare e immagazzinare merci beneficiando di importanti vantaggi fiscali, come l'esenzione dai dazi doganali e dalle imposte indirette.

Per Genova, abituata a pensarsi come porta del Mediterraneo, Tenerife può rappresentare una seconda porta: non alternativa, ma complementare. Una base per distribuire prodotti italiani, e non solo, verso l'Africa occidentale, Americhe, Europa, testare produzioni leggere, sviluppare servizi logistici, aprire magazzini doganali, insediare imprese tecnologiche, energie rinnovabili, nautica, agroalimentare, cosmetica e consulenza internazionale.

Il filo iniziato nel Quattrocento non si è spezzato. Ha solo cambiato merci, strumenti e linguaggio. Ieri erano vele, lettere di cambio, zucchero. Oggi sono container, fiscalità speciale, investimenti, dati, logistica e nuove imprese.

Ma la logica resta la stessa: chi conosce la rotta arriva prima. E Genova, se guarda di nuovo verso Tenerife, può ritrovare nell'Atlantico non una periferia, ma una piattaforma di futuro.

Genova-Tenerife, una rotta lunga sei secoli Dalla conquista del Quattrocento alla nuova frontiera logistica dell'Atlantico

C'è una linea sottile, ma tenace, che unisce Genova a Tenerife. Non è soltanto una rotta di mare: è una traiettoria di storia, cultura, commercio, intuizione e impresa.

Alla fine del Quattrocento, quando la conquista castigliana di Tenerife chiudeva l'ultimo capitolo dell'incorporazione delle Canarie alla Corona di Castiglia, il Mediterraneo guardava già oltre le sue colonne d'Ercole. Genova, città di naviganti, armatori, finanziari e mercanti, comprese prima di altri che l'Atlantico non era più un confine, ma un nuovo spazio economico.

I Genovesi non arrivarono alle Canarie solo con le navi. Arrivarono con capitale, esperienza commerciale, reti familiari, capacità di credito e una cultura marittima capace di trasformare un'isola vulcanica in una piattaforma di scambi.

Tenerife divenne progressivamente un punto di appoggio tra Europa, Africa e Americhe: zucchero, vino, prodotti agricoli, rifornimenti navali, relazioni consolari e commerciali costruirono nei secoli un ponte discreto ma solido tra la Liguria e l'arcipelago.

Quella presenza lasciò tracce anche nei cognomi. Nella storia di Tenerife compaiono famiglie di origine genovese come i

Lercaro, i Justiniani o Giustiniani, i Riverol o Rivarola, i Sopranis, e gli Spinola, castiglianizzati talvolta in Espínola. Non furono semplici presenze isolate: furono casati, mercanti, giuristi, proprietari e intermediari economici che contribuirono alla formazione dell'élite urbana e commerciale dell'isola. La stessa Casa Palacio Lercaro di La Laguna ricorda ancora oggi il ruolo assunto da una famiglia genovese entrata nel cuore sociale e patrimoniale di Tenerife.

Oggi quella rotta non appartiene più solo alla memoria. È tornata attuale. In un mondo dove le catene logistiche cercano porti sicuri, fiscalità competitiva, prossimità ai mercati africani e accesso all'Unione Europea, e alle Americhe, Tenerife può diventare una piattaforma operativa di grande interesse per imprese italiane e liguri. Il porto di Santa Cruz, con il terminal container del Bufadero, è presentato dall'Autorità Portuaria come punto strategico per il traffico merci tra Europa, Sud America e costa occidentale africana.

La forza dell'isola è nella sua doppia natura: periferica sulla carta, centrale nella geografia reale dell'Atlantico. Tenerife offre infrastrutture portuali, collegamenti interin-

Nacida de la ya consolidada **Federlogistica Italiana**, **Federlogistica Ibérica** fue constituida oficialmente en Madrid en octubre de 2025



Di Matteo De Candia
General Manager
GNV Espana S.L.

Su fundación responde a la necesidad de crear un enlace logístico-comercial aún más sólido entre **Italia, España** y **Portugal**, ofreciendo un apoyo operativo y estratégico a las empresas que operan en la península ibérica, y se propone reforzar las sinergias entre las empresas logísticas de ambos países y promover el desarrollo de infraestructuras integradas para facilitar el comercio y la movilidad en la región.

En mi calidad de **Director General de GNV España y de Vicepresidente de Federlogistica Ibérica**, apporto a esta experiencia el recorrido profesional adquirido en el mundo del transporte marítimo, un sector estratégico para la competitividad de los tráficos mediterráneos y para la integración de las cadenas logísticas europeas. Mi experiencia me ha confirmado hasta qué punto es fundamental contar con una asociación como Federlogistica Ibérica, capaz de crear un verdadero sistema y de fomentar una visión común entre operadores, instituciones y territorios. Reforzar los vínculos comerciales entre Italia y España, y más en general entre el Mediterráneo occidental y las principales

rutas internacionales, representa una palanca esencial para el crecimiento económico, el desarrollo sostenible y la resiliencia de nuestras cadenas productivas.

De cara al futuro, los objetivos de Federlogistica Ibérica son ambiciosos y claramente definidos. La asociación también pretende posicionar la península ibérica como un hub logístico natural para el **Norte de África**, aprovechando la estratégica posición geográfica de España. Asimismo, aspira a desarrollar la logística en sectores estratégicos como el agroalimentario, la industria automovilística, la moda, el sector biomédico y otras cadenas de alto valor añadido.

Federlogistica Ibérica tiene como objetivo consolidar una estrecha colaboración con las instituciones españolas y europeas, e incrementar la eficiencia de las operaciones logísticas a través de la digitalización y la sostenibilidad medioambiental. El objetivo final es crear un sistema logístico de vanguardia en el Mediterráneo, promoviendo no solo el crecimiento económico, sino también un enfoque responsable e innovador del transporte.

Mirando hacia adelante, Federlogistica Ibérica se propone desarrollar redes logísticas integradas que puedan servir de modelo para otras realidades europeas. En los próximos años, la organización aspira a incrementar la colaboración con puertos clave y nodos intermodales, implementando soluciones digitales avanzadas para el seguimiento y la

gestión eficiente de las mercancías.

En síntesis, Federlogistica Ibérica no es solo una nueva realidad nacida de sólidas raíces italianas, sino también una organización orientada al futuro, preparada para convertirse en un pilar de la integración logística entre Italia y la península ibérica, con una atención especial a los retos medioambientales y tecnológicos de los próximos años.

En perspectiva, Federlogistica Ibérica aspira a convertirse en un referente no solo para las empresas italianas y españolas, sino también para otros socios internacionales interesados en un modelo logístico eficiente y sostenible. Las posibilidades de actuación de Federlogistica Ibérica son diversas, y también podría plantearse que, en los próximos años, se organicen actividades propias de formación, ofreciendo talleres e iniciativas de actualización profesional para los trabajadores del sector, contribuyendo así a elevar los estándares generales de la logística en el país.

En conclusión, el recorrido de Federlogistica Ibérica acaba de comenzar, pero las bases establecidas y los objetivos futuros definidos permiten vislumbrar un papel protagonista en el panorama logístico del Mediterráneo occidental. Con una mirada puesta en la innovación, la organización se compromete a construir un futuro en el que la logística sea cada vez más eficiente e integrada.

Nata dalla già consolidata **Federlogistica Italiana**, **Federlogistica Iberica** è stata costituita ufficialmente a Madrid nell'ottobre del 2025

Nata dalla consolidata esperienza di Federlogistica Italiana, Federlogistica Ibérica è stata costituita ufficialmente a Madrid nell'ottobre 2025. La sua creazione risponde all'esigenza di rafforzare un collegamento logistico-commerciale sempre più solido tra **Italia, Spagna e Portogallo**, offrendo un supporto operativo e strategico alle imprese che operano nella penisola iberica.

L'associazione si propone di consolidare le sinergie tra gli operatori logistici dei diversi Paesi e di promuovere lo sviluppo di infrastrutture integrate, in grado di facilitare il commercio, la mobilità e la competitività nell'area mediterranea.

Nel mio ruolo di **Direttore generale di GNV Spagna e Vicepresidente di Federlogistica Ibérica**, porto in questa esperienza il percorso professionale maturato nel settore del trasporto marittimo, ambito strategico per la competitività dei traffici mediterranei e per l'integrazione delle catene logistiche europee.

Questo percorso mi ha confermato quanto sia fondamentale disporre di una realtà come Federlogistica Ibérica: una struttura capace di creare sistema, pro-

muovere una visione condivisa tra operatori, istituzioni e territori, e rafforzare i legami commerciali tra Italia e Spagna, nonché, più in generale, tra il Mediterraneo occidentale e le principali rotte internazionali.

Guardando al futuro, gli obiettivi di Federlogistica Ibérica appaiono ambiziosi e chiaramente delineati. Tra questi, il posizionamento della penisola iberica come hub logistico naturale verso il **Nord Africa**, valorizzando la posizione geografica strategica della Spagna, e lo sviluppo della logistica in settori ad alto valore aggiunto quali l'agroalimentare, l'automotive, la moda, il comparto biomedicale e altre filiere avanzate.

L'associazione mira inoltre a consolidare una stretta collaborazione con le istituzioni spagnole ed europee, incrementando l'efficienza delle operazioni logistiche attraverso processi di digitalizzazione, innovazione e sostenibilità ambientale.

L'obiettivo finale è contribuire alla costruzione di un sistema logistico d'avanguardia nel Mediterraneo, capace di coniugare crescita economica, responsabilità ambientale e innovazione nei modelli di trasporto.

In questa prospettiva, Federlogistica Ibérica intende sviluppare reti logistiche integrate che possano rappresentare un modello di riferimento per altre realtà europee, rafforzando la collaborazione con porti strategici, nodi intermodali e attori chiave del settore, e implementando soluzioni digitali avanzate per il monitoraggio e la gestione efficiente delle merci.

Allo stesso tempo, la Federazione potrà promuovere, nei prossimi anni, attività formative dedicate, workshop e iniziative di aggiornamento professionale rivolte agli operatori del settore, contribuendo ad elevare gli standard complessivi della logistica nello spazio iberico.

In conclusione, il percorso di Federlogistica Ibérica è appena iniziato, ma le basi già poste e la chiarezza degli obiettivi consentono di intravedere un ruolo di primo piano nello scenario logistico del Mediterraneo occidentale.

Con uno sguardo rivolto all'innovazione, l'organizzazione si impegna a costruire un futuro in cui la logistica sia sempre più efficiente e integrata.

Nace FEDERLOGISTICA IBERICA: la plataforma estratégica entre Italia, España, Portugal y el Mediterráneo

Un nuevo hub euro-mediterráneo para la integración logística, la innovación y el crecimiento internacional

de **Andrea Lazzari**,
Presidente
de Federlogística ibérica

La logística es el motor que impulsa el progreso global y, en este contexto, Federlogística da un paso significativo hacia la integración mediterránea y europea con la constitución de Federlogística Iberica. Esta nueva entidad marca el inicio de un proceso estratégico de internacionalización, situando a Federlogística —ya principal asociación italiana del sistema logístico integrado— en el centro de una red euro-mediterránea entre Italia, España y Portugal.

El nacimiento de Federlogística Iberica responde a la necesidad de crear una plataforma estable e innovadora de cooperación, capaz de integrar empresas, instituciones y operadores de la cadena de suministro en un ecosistema único enfocado al crecimiento, la innovación y la internacionalización. La elección de Madrid como sede operativa no es casual: la capital española se convierte así en el epicentro de los intercambios y relaciones entre las principales economías logísticas del sur de Europa y el Mediterráneo, reforzando el papel estratégico de estos países en los flujos comerciales globales.

Federlogística Iberica no se limita a ser una asociación, sino que se configura como un verdadero hub estratégico euro-mediterráneo, capaz de conectar empresas logísticas y de transporte, sistemas portuarios e intermodales, plataformas tecnológicas y digitales, así como instituciones nacionales y europeas. Su estructura pretende transformar las relaciones entre países en oportunidades concretas de desarrollo económico y comercial, favoreciendo la creación de nuevos modelos de colaboración industrial y logística.

El objetivo principal es reforzar la competitividad del sistema logístico ibérico y europeo, promoviendo la integración entre infraestructuras, puertos y redes de transporte multimodal. De este modo, se podrán desarrollar nuevas oportunidades de negocio entre Italia, España y Portugal, impulsando a la vez modelos avanzados de logística sostenible y digital. Federlogística Iberica aspira a representar a las empresas en los procesos de decisión a nivel nacional y europeo, convirtiéndose en un referente para todos los operadores que deseen acceder a una red internacional cualificada.

La visión de Federlogística Iberica sitúa a la Península Ibérica como un nodo estratégico entre Europa, el Mediterráneo y los mercados globales. La asociación



En la foto, de izquierda a derecha: Davide Falteri, Matteo de Candia, Cristina Martin Lorenzo, Andrea Lazzari, Maurizio di Ubaldo

asume el papel de puente institucional, acelerando los procesos de internacionalización e innovación y trabajando activamente por una auténtica diplomacia económica. En este sentido, el dicho “la unión hace la fuerza” cobra pleno sentido: solo a través de la colaboración entre países y operadores se pueden crear nuevas oportunidades de desarrollo y crecimiento.

Para lograr estos objetivos, Federlogística Iberica pone en marcha una serie de instrumentos y acciones: representación institucional ante organismos públicos y reguladores, desarrollo de relaciones económicas entre Italia, España y Portugal, creación de alianzas industriales y logísticas, apoyo a la internacionalización de empresas, estudios y observatorios estratégicos del sector, promoción de proyectos europeos y transfronterizos, y colaboración con puertos, terminales y plataformas logísticas.

La asociación se pone al servicio de todos aquellos que deseen: acceder a una red internacional cualificada, participar en proyectos estratégicos entre Italia, España y Portugal, obtener apoyo concreto para el desarrollo comercial, ser representados en mesas de decisión europeas, generar nuevas oportunidades de negocio y lograr un posicionamiento internacional asistido. En otras palabras, Federlogística Iberica se convierte en un catalizador de valor para el

sistema logístico, ofreciendo respuestas concretas a las necesidades de empresas y operadores.

El nacimiento de Federlogística Iberica no es simplemente la representación de un sistema, sino el desarrollo del mismo, proyectándolo hacia los mercados internacionales. Para liderar este proceso, se ha elegido presidente a Andrea Lazzari, una figura con más de veinte años de experiencia en el territorio ibérico y experto en relaciones y lobby. Junto a él, dos vicepresidentes de gran relevancia: Matteo de Candia, director general de GNV en España, y Cristina Martín, CEO de Usyncro. El secretario es el abogado Maurizio di Ubaldo, el primer italiano inscrito en el colegio de abogados español.

Con esta nueva estructura, Federlogística Iberica se prepara para convertirse en el punto

de referencia europeo de la logística ibérica, capaz de conectar los grandes corredores euro-mediterráneos, integrar sistemas logísticos nacionales y generar valor a través de la cooperación internacional. En un mundo donde “quien se para, está perdido”, la capacidad de innovar, conectar y desarrollarse representa la verdadera clave del éxito.

Mirando al futuro, Federlogística Iberica pretende fortalecer el papel del sistema logístico como palanca de crecimiento y competitividad, promoviendo la sostenibilidad y la digitalización, y posicionando el área ibérica como un nodo estratégico entre Europa, el Mediterráneo y los mercados globales. La colaboración entre Italia, España y Portugal se convierte así en la base para construir nuevas oportunidades, favorecer la internacionalización de las empresas y acelerar los procesos de innovación.

En conclusión, Federlogística Iberica representa una respuesta concreta a los retos de la globalización, ofreciendo una plataforma integrada de oportunidades económicas, desarrollo comercial y representación institucional. Un nuevo modelo de cooperación, capaz de generar valor y situar a la Península Ibérica en el centro de los grandes flujos logísticos internacionales, bajo el signo del crecimiento, la innovación y la sostenibilidad.

Nasce FEDERLOGISTICA IBERICA: piattaforma strategica tra Italia, Spagna, Portogallo e il Mediterraneo

Un nuovo hub euro-mediterraneo per l'integrazione logistica, l'innovazione e la crescita internazionale



L'associazione si pone al servizio di tutti coloro che desiderano: accedere a una rete internazionale qualificata, partecipare a progetti strategici tra Italia, Spagna e Portogallo, ottenere un supporto concreto per lo sviluppo commerciale, contare su una rappresentanza nei forum decisionali europei, generare nuove opportunità di business e ottenere un posizionamento internazionale assistito. In altre parole, Federlogistica Iberica diventa un catalizzatore di valore per il sistema logistico, offrendo risposte concrete alle necessità di imprese e operatori.

La nascita di Federlogistica Iberica non è semplicemente la rappresentazione di un sistema, ma la connettività e lo sviluppo dello stesso, proiettandolo verso i mercati internazionali. Per guidare questo processo, è stato scelto come presidente Andrea Lazzari, figura con oltre vent'anni di esperienza nel territorio iberico ed esperto di relazioni istituzionali e lobby-

ing. Al suo fianco, due vicepresidenti di grande rilievo: Matteo de Candia, direttore generale di GNV in Spagna, e Cristina Martín, CEO di Usyncro. Il segretario è l'avvocato Maurizio di Ubaldo, il primo italiano iscritto all'ordine degli avvocati spagnolo.

Con questa nuova struttura, Federlogistica Iberica si prepara a diventare il punto di riferimento europeo della logistica iberica, capace di connettere i grandi corridoi euro-mediterranei, integrare i sistemi logistici nazionali e generare valore attraverso la cooperazione internazionale. In un mondo dove "chi si ferma è perduto", la capacità di innovare, connettere e svilupparsi rappresenta la vera chiave del successo.

Guardando al futuro, Federlogistica Iberica intende rafforzare il ruolo del sistema logistico come leva di crescita e competitività, promuovendo la sostenibilità e la digitalizzazione, e posizionando l'area iberica come un nodo strategico tra Europa, Mediterraneo e mercati globali. La collaborazione tra Italia, Spagna e Portogallo diventa così la base per costruire nuove opportunità, favorire l'internazionalizzazione delle imprese e accelerare i processi di innovazione.

In conclusione, Federlogistica Iberica rappresenta una risposta concreta alle sfide della globalizzazione, offrendo una piattaforma integrata di opportunità economiche, sviluppo commerciale e rappresentanza istituzionale. Un nuovo modello di cooperazione capace di generare valore e porre la Penisola Iberica al centro dei grandi flussi logistici internazionali, all'insegna della crescita, dell'innovazione e della sostenibilità.

La logistica è il motore che spinge il progresso globale e, in questo contesto, Federlogistica compie un passo significativo verso l'integrazione mediterranea ed europea con la costituzione di FEDERLOGISTICA IBERICA. Questa nuova entità segna l'inizio di un processo strategico di internazionalizzazione, ponendo Federlogistica — già principale associazione italiana del sistema logistico integrato — al centro di una rete euro-mediterranea tra Italia, Spagna e Portogallo.

La nascita di Federlogistica Iberica risponde alla necessità di creare una piattaforma stabile e innovativa di cooperazione, capace di integrare imprese, istituzioni e operatori della catena di approvvigionamento in un ecosistema unico focalizzato sulla crescita, l'innovazione e l'internazionalizzazione. La scelta di Madrid come sede operativa non è casuale: la capitale spagnola diventa così l'epicentro degli scambi e delle relazioni tra le principali economie logistiche del Sud Europa e del Mediterraneo, rafforzando il ruolo strategico di questi Paesi nei flussi commerciali globali.

Federlogistica Iberica non si limita a essere un'associazione, ma si configura come un vero e proprio hub strategico euro-mediterraneo, capace di connettere imprese logistiche e di trasporto, sistemi portuali e intermodali, piattaforme tecnologiche e digitali, nonché istituzioni nazionali ed europee. La sua struttura mira a trasformare le relazioni tra i Paesi in opportunità concrete di sviluppo economico e commerciale, favorendo la creazione di nuovi modelli di collaborazione industriale e logistica.

L'obiettivo principale è rafforzare la competitività del sistema logistico iberico ed europeo, promuovendo l'integrazione tra infrastrutture, porti e reti di trasporto multimodale. In questo modo, si potranno sviluppare nuove opportunità di business tra Italia, Spagna e Portogallo, promuovendo al contempo modelli avanzati di logistica sostenibile e digitale. Federlogistica Iberica aspira a rappresentare le imprese nei centri decisionali a livello nazionale ed europeo, diventando un punto di riferimento per tutti gli operatori che desiderano accedere a una rete internazionale qualificata.

La visione di Federlogistica Iberica pone la Penisola Iberica come un nodo strategico tra l'Europa, il Mediterraneo e i mercati globali. L'associazione assume il ruolo di ponte istituzionale, accelerando i processi di internazionalizzazione e innovazione e lavorando attivamente per un'autentica diplomazia economica. In questo senso, il detto "l'unione fa la forza" acquista pieno significato: solo attraverso la collaborazione tra Paesi e operatori si possono creare nuove opportunità di sviluppo e crescita.

Per raggiungere questi obiettivi, Federlogistica Iberica mette in campo una serie di strumenti e azioni: rappresentanza istituzionale presso organismi pubblici e regolatori, sviluppo di relazioni economiche tra Italia, Spagna e Portogallo, creazione di alleanze industriali e logistiche, supporto all'internazionalizzazione delle imprese, studi e osservatori strategici del settore, promozione di progetti europei e transfrontalieri, e collaborazione con porti, terminali e piattaforme logistiche.



Génova-España 1528

Alianza marítima para una independencia secular

La «elección desprejuiciada»: **Andrea Doria** entre las finanzas e el control de los mares

de **Jacopo Riccardi**

En vista del quinientos aniversario de la **República de Génova** (2028) y tras el diálogo entre **Liguria y España**, vale la pena analizar la decisión estratégica y sin escrúpulos que tomó **Andrea Doria (foto)** en 1528. Con un cambio repentino en el rumbo de las alianzas europeas, creó las condiciones para la promulgación de la constitución republicana y para obtener, en 1531, el tan ansiado título de príncipe, término que no solo designa todavía su **palacio en Fassolo (foto)**, sino también, y me temo que pocos lo recuerdan, la estación de ferrocarril más importante de la ciudad.

Almirante, a menudo tildado despectivamente de «pirata», lúcido analista del tablero geopolítico, pocos días después de haber aportado su último apoyo a la causa de **Francisco I de Francia**, (mayo de 1528) a los franceses en la batalla contra **Nápoles**, en manos españolas, en el golfo de Salerno, en junio de ese mismo año denunció el acuerdo estipulado con el rey de Francia tras la batalla de Melegnano (1515), no lo renovó, retiró sus galeras del golfo de Nápoles y se puso al servicio del Imperio de Carlos V, en cuyo reinado, según una frase que se le atribuye, nunca se ponía el sol.

El imperio, sin embargo, era un territorio enorme y desunido. Los historiadores siempre han analizado las ventajas y desventajas de un reino fragmentado y, por lo tanto, descentralizado, en comparación con un estado compacto. Andrea Doria analizó la situación con pragmatismo, en parte como oligarca genovés, acostumbrado al mundo de las finanzas, y en parte como marinero o, si se prefiere, como experto en logística. Las zonas mediterráneas del imperio comprendían las costas meridionales de

España, Sicilia, Cerdeña y el sur de Italia.

El transporte marítimo, siempre fundamental en el Mediterráneo, era esencial, e incluso entonces relativamente rápido. Pero era necesario evitar los obstáculos a la navegación, tanto naturales (falta de puertos intermedios, corrientes adversas y tramos de mar más propensos a la turbulencia que otros, como el Golfo de León) como militares y en este sentido la costa mediterránea de la enemiga Francia constituía un fuerte riesgo para el Imperio. Era impensable transportar mercancías y desarrollar el comercio mediante rutas marítimas de corta distancia sin puertos intermedios. Por lo tanto, España necesitaba protección marítima en el Mediterráneo occidental.

Y aquí se tomó la decisión de Andrea Doria: Córcega, que desde la Edad Media había sido comparada con una gran "nave de piedra", era un bastión natural y colonia genovesa desde 1347. Contando con la protección meridional de Córcega y garantizando la seguridad del puerto de Génova, Doria protegió el primer tramo de la ruta España-Italia de los ataques franceses; además, Cerdeña podía proteger el segundo tramo, Génova-Gaeta, desde el oeste, evitando las costas papales. Andrea Doria, con su flota, garantizó al Imperio corredores logísticos seguros. Económicamente, Andrea Doria sabía que podía garantizar a España el poderío económico de la riqueza acumulada por la Casa de San Jorge y las grandes familias mercantiles, que no se habían visto afectadas por la disminución del comercio mediterráneo tras el descubrimiento de América.

Andrea Doria era muy consciente de que el control del imperio, su defensa, las guerras de conquista y la administración de las colonias implicaban una enorme necesidad de ducados de oro, y que a cambio de apoyo marítimo (servicios de

transporte) y financiero, no solo el Imperio, sino también, tras la muerte de Carlos V, el reino de España, garantizarían a la ciudad-estado de Génova el estatus de independencia.

La geoestrategia del almirante Doria captó también otro aspecto fundamental, que le convertiría en héroe nacional si no fuera por la relectura crítica que hicieron los autores del Risorgimento: sabía que se había repetido durante décadas en la correspondencia diplomática, y ciertamente sabía lo que Lope de Soria, embajador de España en Génova entre 1523 y 1527, había escrito a Carlos V en una carta fechada el 17 de septiembre de 1527: "lo que más conviene al estado y servicio de vuestra magestad es tiene Génova, porque es la puerta y llave de la Italia y por donde se da forma de aver dineros y avisos y fuerzas de armada de mar y otras muchas comodidades, por lo qual deve vuestra magestad cobrarla o por accordio o por fuerça" y Doria puso sobre la mesa un acuerdo mucho más fácil (sobre el concepto de Génova como puerta de entrada volveré a esta Revista en artículos posteriores).

La alianza con España continuó hasta la pérdida de independencia de Génova en 1797. La segunda mitad del El siglo XVI y la primera mitad del siglo XVII, gracias a las decisiones geopolíticas de Andrea Doria, representan la época genovesa, que actualmente se celebra con la excepcional exposición de Van Dyck en el Palacio Ducal.

Recomendamos leer P. Lingua, *Andrea Doria. Principe e pirata nell'Italia del '500*, Novara 1984, y A. Pacini, *De las rosas a Gaeta. La costruzione della rotta spagnola del Mediterraneo occidentale nel secolo XVI*, Milán 2013. Véase también *Génova y la Monarquía Hispánica (1528-1713)*, Génova 2011.



Genova-Spagna 1528

Alleanza marittima per un'indipendenza secolare

La scelta "spregiudicata":

Andrea Doria tra finanza e controllo dei mari

In vista del **cinquecentenario della Repubblica di Genova** (2028) e nel solco del dialogo **Liguria – Spagna**, merita analizzare la scelta spregiudicata e strategica che proprio nel 1528 compì **Andrea Doria**, che con un cambio di passo repentino nelle alleanze europee creò le condizioni per far promulgare la costituzione repubblicana e ottenere, nel 1531, il titolo da sempre ambito di principe, termine che non solo designa ancora il suo **palazzo a Fassolo** (foto pagina accanto) ma anche, e temo che pochi se lo ricordino, la stazione ferroviaria più importante della città.

Ammiraglio, spesso etichettato per dispregio come "pirata", lucidissimo analista dello scacchiere geopolitico, pochi giorni dopo aver dato il suo ultimo contributo alla causa di **Francesco I di Francia** supportando (maggio 1528) i francesi nella battaglia contro **Napoli** in mano agli Spagnoli nel golfo di Salerno, nel giugno di quell'anno denunciò l'accordo stipulato con il re di Francia dopo la battaglia di Melegnano (1515), non lo rinnovò, allontanò dal golfo napoletano le proprie galee e si pose al servizio dell'Impero di **Carlo V**, sul cui regno, secondo una frase attribuitagli, non tramontava mai il sole.

L'impero era però un enorme territorio disunito. Gli storiografi hanno da sempre analizzato i pro e i contro di un regno frammentato, e perciò decentrato, rispetto ad uno stato compatto. Andrea Doria fece pragmaticamente una analisi in parte da oligarca genovese, avvezzo al mondo della finanza, ed in parte da uomo di mare, o se vogliamo, da esperto logistico.

Le porzioni mediterranee dell'impero comprendevano le coste sud della Spagna, Sicilia, Sardegna e il meridione italiano. Il trasporto marittimo, centrale da sempre nel Mediterraneo, era fondamentale, e già allora relativamente veloce.

Ma occorre evitare ostacoli alla navigazione, sia di carattere naturale (assenza di approdi intermedi, correnti avverse e specchi acquei più di altri soggetti a turbolenze, come il Golfo del Leone), sia di carattere militare, ed in questo senso la costa mediterranea della nemica Francia costituiva per l'Impero un rischio forte. Non si poteva pensare di trasferire merci e sviluppare traffici con rotte di short-sea-shipping senza scali intermedi. Quindi la Spagna aveva bisogno di protezione a mare nel Mediterraneo Occidentale.

E qui scattò la decisione di Andrea Doria: la **Corsica**, che era paragonata sin dal Medioevo a un grande "vascello di pietra" era un bastione naturale, ed era colonia genovese dal 1347; contando sulla protezione a sud della Corsica e garantendo la protezione dello scalo di Genova, Doria dava alla prima tratta della rotta Spagna-Italia protezione dagli assalti francesi; inoltre, la Sardegna avrebbe potuto proteggere da ovest la seconda parte della tratta, Genova-Gaeta evitando le coste papaline.

Andrea Doria, con la propria flotta, garantì all'Impero dei corridoi logistici sicuri. Sotto il profilo economico, poi, Andrea Doria sapeva di poter garantire alla Spagna la potenza di fuoco delle ricchezze accumulate nella casa di San Giorgio e dalle grandi famiglie di mercanti, che non erano state intaccate dalla riduzione dei traffici mediterranei conseguente alla scoperta dell'America.

Doria aveva ben chiaro che il controllo dell'impero, la difesa, le guerre di conquista, la gestione delle colonie significavano grandissimo fabbisogno di ducati d'oro, e che in cambio del sostegno marittimo (servizi armatoriali) e finanziario non solo l'Impero, ma dopo la morte di Carlo V anche il regno di Spagna, avrebbero garantito allo stato-città di Genova lo statuto di indipendenza.

La geostrategia dell'ammiraglio Doria colse anche un altro aspetto fondamentale, che ne farebbe un eroe nazionale se non fosse per la rilettura critica che ne fecero gli autori del Risorgimento: egli sapeva che da decenni si ripeteva nei carteggi delle diplomazie, e sapeva certamente quello che Lope de Soria, ambasciatore spagnolo a Genova tra il 1523 ed il 1527, aveva scritto a Carlo V in una lettera del 17 settembre 1527: *lo que más conviene al estado y servicio de vuestra magestad es tener Génova, porque es la puerta y llave de la Italia y por donde se da forma de aver dineros y avisos y fuerças de armada de mar y otras muchas comodidades, por lo qual deve vuestra magestad cobrarla o por accordio o por fuerça e Doria mise il ben più agevole accordo sul piatto* (sul concetto di Genova come porta tornerò in successivi articoli su questo giornale).

L'alleanza con la Spagna non si interruppe più fino alla perdita dell'indipendenza di Genova nel 1797. La seconda metà del XVI secolo e la prima del XVII, grazie alla scelta geopolitica di Andrea Doria, rappresenteranno *el siglo de los genoveses*, che in questi giorni è celebrato dalla eccezionale mostra di Van Dyck a Palazzo Ducale.

Si consigliano le letture di P. Lingua, *Andrea Doria. Principe e pirata nell'Italia del '500*, Novara 1984 e di A. Pacini, *Desde Rosas a Gaeta. La costruzione della rotta spagnola del Mediterraneo occidentale nel secolo XVI*, Milano 2013. Cfr. anche *Genova y la Monarquía Hispánica (1528-1713)*, Genova 2011.

Nella foto di questa pagina: il porto di Genova, dove si svolse l'allegorico incontro tra Paolo III, Carlo V e Andrea Doria, preludio della costituzione della Sacra lega contro Solimano.

Museo Navale di Genova-Pegli

Il Modello Genova: infrastrutture, visione e governance per il futuro del Sistema-Italia



Carlo De Simone (Viterbo, 1984) è Sub Commissario per la Ricostruzione di Genova presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Nel suo ruolo coordina interventi strategici quali la Nuova Diga Foranea, il Tunnel Subportuale e la riqualificazione del sistema portuale e urbano, contribuendo alla trasformazione strutturale e logistica della città. Ha maturato una solida esperienza anche nei settori finanziario e assicurativo. Accanto all'impegno istituzionale, svolge attività accademica e di divulgazione sui temi delle infrastrutture, della finanza e della gestione dei rischi, collaborando con università e principali contesti economici nazionali. È autore di alcuni libri e pubblicazioni.

Nel dibattito pubblico italiano, le infrastrutture sono troppo spesso raccontate come un tema tecnico, confinato tra numeri, cantieri e procedure. In realtà, rappresentano una delle leve più potenti di trasformazione economica, sociale e territoriale di cui un Paese dispone. Non sono solo opere: sono scelte strategiche che determinano il posizionamento competitivo di interi sistemi urbani.

Genova, negli ultimi anni, ha incarnato in modo emblematico questa verità.

A seguito del crollo del Ponte Morandi, la città si è trovata di fronte a una sfida che andava ben oltre la ricostruzione fisica di un'infrastruttura. Si trattava di ricostruire fiducia, credibilità e capacità di visione. La risposta non è stata soltanto rapida: è stata strutturale.

Da quella crisi è nata una stagione di interventi che oggi rappresenta uno dei più rilevanti programmi di trasformazione infrastrutturale in Italia. Un percorso che ha superato la logica emergenziale per approdare a una visione sistemica, in cui porto, città e territorio tornano a dialogare in modo integrato.

Queste opere fanno parte del "Programma Straordinario per la Ricostruzione di Genova" (decreto-legge 28 settembre 2018 n. 109) con oltre 30 cantieri e più di 3,5 miliardi di euro di investimenti, capace di delineare un nuovo paradigma: quello di infrastrutture pensate non come elementi isolati, ma come parte di una rete integrata, capace di generare valore diffuso con al centro un minimo comune denominatore che è l'Intermodalità.

L'intermodalità ha una preconditione che è quella delle infrastrutture abilitanti. Queste sono rappresentate da una migliore accessibilità, via mare e via terra, una viabilità dedicata al trasporto pesante più scorrevole e meno impattante sul traffico cittadino, collegamenti ferroviari moderni e potenziati, decarbonizzazione delle attività marittime e riqualificazione delle aree urbane limitrofe al porto per restituirle rinnovate alla cittadinanza.

Nel novero degli interventi in attuazione rientra ovviamente la Nuova Diga Foranea di Genova (foto), una delle principali opere marittime in Europa, tra le prime per complessità e rilevante impatto, che permetterà all'Italia e al Porto di Genova di



accogliere in sicurezza, grazie al nuovo raggio di evoluzione di 800 m di diametro, le grandi navi senza limitare gli accessi e le manovre verso gli accosti evitando il rischio di perdere oltre al traffico attuale l'opportunità di intercettare le nuove esigenze commerciali che dall'Asia vengono verso l'Europa e che arrivando a Genova ottimizzano la navigazione con riduzione di tempo, costi e impatto ambientale.

Con la prospettiva di un porto in linea grazie alle opere di Colmata di alcune banchine che saranno individuate con il nuovo piano regolatore portuale, si potranno beneficiare di quasi 2 milioni di metri quadri di superficie in più per logistica e attività connesse.

Le opere ferroviarie previste dal Programma straordinario e in particolare, Parco bettolo Rugna, Parco Fuori Muro e il prolungamento del terminal ferroviario di Pra consentono una perfetta e moderna interconnessione a cui si aggiunge quella della direttrice del Terzo Valico per l'attraversamento spedito sul corridoio europeo TEN-T e in particolare sulla tratta Genova Rotterdam.

Il Tunnel Subportuale di Genova rappresenta un passaggio altrettanto decisivo: separare i flussi portuali da quelli urbani significa restituire spazio alla città, migliorare la qualità della vita e rendere più efficiente l'intero sistema dei trasporti.

Non è questa la sola condizione sufficiente per parlare di intermodalità perché occorre un sistema integrato attraverso cui gli operatori sfruttano le infrastrutture e utilizzano le tecnologie e l'intelligenza artificiale.

Ed è per questo che a Genova stiamo introducendo importanti innovazioni tecnologiche come i nuovi varchi portuali telematici e il nuovo ultramoderno scanner gate che permetterà anche una migliore gestione delle procedure doganali.

In un territorio dove gli spazi a disposizione sono pochi e il porto è un tutt'uno con la città e dunque con la relativa congestione che ne deriva assume rilevanza anche il progetto sperimentale del Buffer Merci, come area retrostante con le caratteristiche di deposito di temporanea custodia (ADM) in cui è possibile depositare in sicurezza unità di carico e trailer (questi accompagnati o meno) per riprenderli e trasportarli in porto in fasce d'orario non congestionate. Il Buffer Merci funziona anche in senso inverso, cioè potrebbe ospita-

re merci e trailer provenienti dal Porto per garantire continuità operativa (di carico) agli autotrasportatori.

Per questo motivo i servizi digitali di coordinamento e programmazione possibilmente integrati e condivisi anche con gli operatori in un unico linguaggio e interconnessione consentono di avverare le condizioni per cui se esistono le infrastrutture, i sistemi sono efficienti e le tecnologie ci sono la merce sceglierà la strada migliore dove andare, a vantaggio di Genova, della Liguria, del Sistema portuale italiano.

L'esperienza genovese, infine, offre alcune indicazioni che meritano di essere colte anche a livello nazionale.

In primo luogo, emerge con forza il tema della governance. La capacità di decidere e realizzare in tempi certi non è un dettaglio, ma una condizione per la credibilità delle istituzioni. Modelli operativi più snelli, accompagnati da rigorosi sistemi di controllo, hanno dimostrato che velocità e qualità non sono alternative, ma possono convivere.

In secondo luogo, si afferma il primato del dato e della competenza tecnica. In un contesto complesso e spesso polarizzato, le infrastrutture richiedono un approccio fondato su evidenze, analisi e capacità progettuale, superando logiche ideologiche che rischiano di rallentare processi fondamentali per lo sviluppo.

Infine, vi è un tema di visione. Le infrastrutture non sono mai neutre: determinano assetti economici, ridisegnano geografie produttive, incidono sulla vita quotidiana delle persone. Per questo devono essere pensate guardando al lungo periodo, integrando sostenibilità, innovazione e resilienza.

Genova oggi non è soltanto un cantiere aperto. È un esempio concreto di come una crisi possa essere trasformata in un'opportunità di ripensamento profondo. Un modello che dimostra come le infrastrutture, se guidate da una visione chiara e da una governance efficace, possano diventare il motore di una nuova fase di crescita.

La sfida, ora, è più ampia: portare questa lezione oltre i confini della città, facendone un riferimento per una politica infrastrutturale nazionale capace di coniugare rapidità, qualità e visione strategica.

Perché il futuro dei territori passa, inevitabilmente, dalla qualità delle infrastrutture che siamo in grado di progettare e realizzare oggi.