

01

N. 02 | OTTOBRE | 2021

IL MAGAZINE SULLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

M A G A Z I N E

01magazine.it

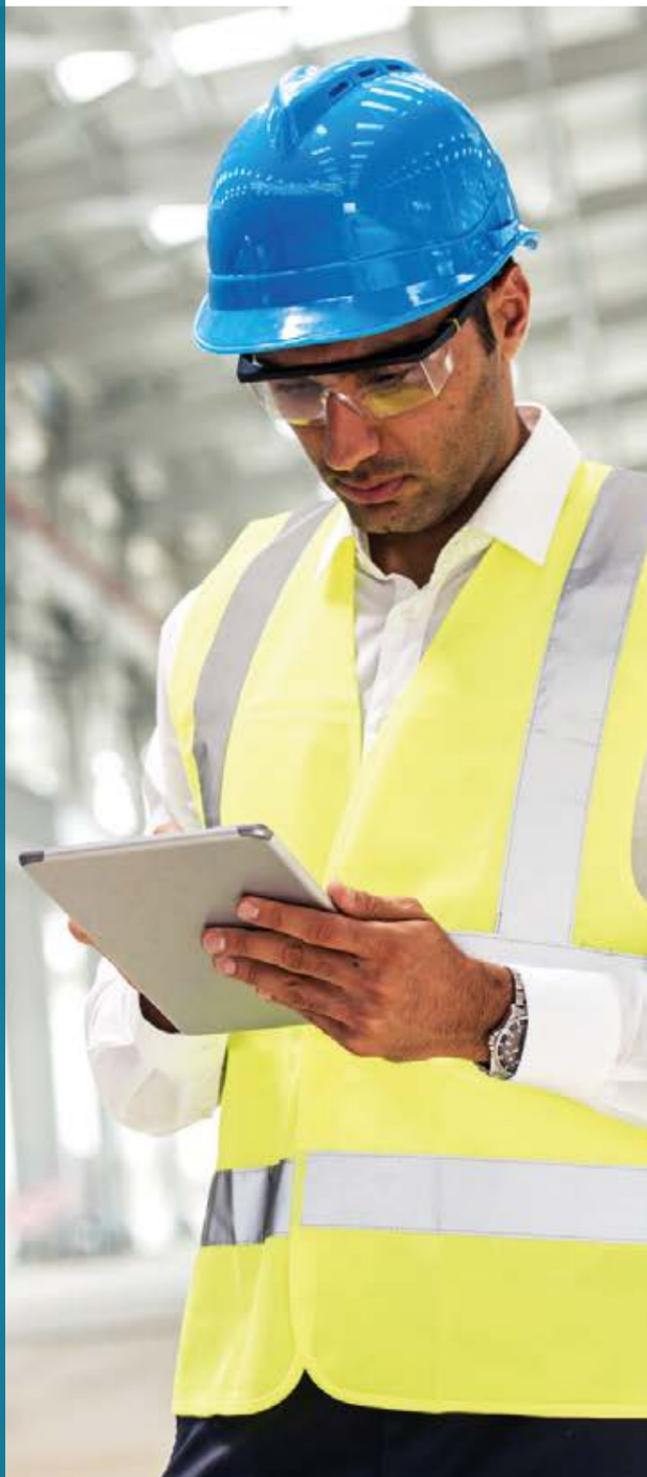


TRASFORMAZIONE O CAMBIAMENTO?

MARCO ROMANO.
CONOSCERE, COMPRENDERE,
APPLICARE

IN PRIMA PAGINA SU
GOOGLE: NON SOLO TESTO!

LE TUE ISPEZIONI A PORTATA DI CLOUD.



Il software in cloud per documentare ispezioni e manutenzioni con foto e video, in grado di produrre report standard archiviati e condivisi col cliente.

Powered by **orangeDEV**



05/ EDITORIALE
TRASFORMAZIONE O CAMBIAMENTO?
LUIGI GULINO

06/ TECNOLOGIA
SUGLI NFT. METTIAMO LE COSE IN CHIARO
PIETRO AZZARA

08/ INTERVIEW
MARCO ROMANO. CONOSCERE, COMPRENDERE, APPLICARE
FRANCESCO RICCA

12/ FISCO
SUCCSSIONI E DONAZIONI. COSA CI DOBBIAMO ASPETTARE
PER IL FUTURO E SOPRATTUTTO COSA DOBBIAMO SAPERE
DAVID NINCI

15/ ARTE
GIUSEPPE VENEZIANO. QUANDO L'ARTE
(NON) METTE TUTTI D'ACCORDO
FRANCESCO RUSSO

18/ ECONOMIA
PRESIDENTE STARGATE CONSULTING
FINANZIAMENTI INDUSTRIA 4.0
ANDREA BELLUCCI

20/ LIFESTYLE
POSITIVITRIP: IL MONDO INTERO
È L'UFFICIO!
FRANCESCO&VERONICA | POSITIVITRIP

24/ MARKETING
IN PRIMA PAGINA SU GOOGLE: NON SOLO TESTO!
GIORGIO TAVERNITI

26/ SOCIOLOGIA
IL TASTO DELLA XEROX E IL LEONE DI WITTGENSTEIN
DAVIDE BENNATO

28/ PSICOLOGIA
AZIENDE FAMILIARI E
PASSAGGIO GENERAZIONALE
ROBERTA DE SIO CESARI





N. 2

Copertina:

www.sangerolamo.com/
labibbia

2014, Acrilico su tela,
120 x 155 cm

Giuseppe Veneziano

01magazine

Testata giornalistica iscritta nel Registro dei Giornali e Periodici del Tribunale di Catania n° 6/2021 del 27/04/2021

www.01magazine.it

info@01magazine.it

DIRETTORE RESPONSABILE

Francesco Ricca

DIRETTORE EDITORIALE

Francesco Russo

ART DIRECTION & GRAPHIC DESIGN

Roberta Cleopazzo

RESPONSABILE MARKETING

Alessandra Morelli

RESPONSABILE COMMERCIALE

Umberto Bonanno

WEB E SOCIAL MEDIA

Luca Giuffrida

Hanno collaborato:

Pietro Azzara

Davide Bennato

Paolo Derosa

Roberta De Sio Cesari

Luigi Gulino

David Ninci

Francesco & Veronica | Positivitrip

Francesco Ricca

Francesco Russo

Giorgio Taverniti

Redazione e pubblicità

Viale del Commercio, 3 | 95045 Misterbianco (CT)
Per la tua pubblicità scrivi a info@01magazine.it

01magazine è di proprietà di

Orangedev S.r.l.
Via Panciatichi, 40 - 50127 Firenze (FI)
Part. IVA e C.F. 06689280482



Trasformazione o cambiamento?



LUIGI GULINO
CEO / Orangedev

Mi capita, sempre più spesso, di parlare di trasformazione digitale con amministratori di grandi aziende che dopo qualche battuta iniziano a citare parole come blockchain, machine learning, cloud, IoT. Tutti pensano che trasformazione digitale significhi svecchiare l'impresa investendo nell'acquisto di nuovi strumenti per automatizzare o velocizzare il processo produttivo. In questa visione, però, manca un elemento fondamentale: l'uomo. **La trasformazione digitale parte proprio dall'uomo e dalle nuove abitudini di consumo acquisite grazie, ad esempio, alla diffusione degli smartphone.** Non pensare all'uomo, mettendolo al centro del proprio business, potrebbe travolgervi in maniera drammatica nei prossimi anni. Basti pensare, ad esempio, ad una multinazionale come Blockbuster: sarà che la ricordo con molto affetto ma negli anni '90, per i miei amici, poter lavorare da Blockbuster era come lavorare in una società statale. Nel giro di pochi anni poi è scomparsa, perché? Non si è trasformata e non ha ripensato al proprio modello di business, alla luce dei cambiamenti riguardo la visione dei film da parte del consumatore, l'uomo. La trasformazione digitale è un processo che abbraccia aziende di qualsiasi dimensione e soprattutto nelle piazze più disparate. **Bisogna**

partire dall'uomo e offrirgli un'esperienza d'acquisto allineata alle sue nuove aspettative dettate proprio dall'utilizzo delle tecnologie.

Nel caso di un artigiano delle scarpe, ad esempio, la trasformazione digitale della sua impresa non significa a tutti i costi dotarsi di macchinari e strumenti per automatizzare la produzione, ma potrebbe interessare solo una parte del processo di acquisto: un cliente potrebbe configurare una scarpa scegliendo pellami e personalizzazioni attraverso un sito web in grado di mostrare in anteprima il prodotto in 3d e, una volta finalizzato l'ordine, potrebbe passare attraverso le sapienti mani dell'artigiano che pezzetto dopo pezzetto ne realizzerà un pezzo unico. Nel dettaglio, potreste magari proporre la scansione 3d del piede ad un cliente a New York, inviare il file alla stampante 3d in Inghilterra dove, intorno alla forma resinata, un sapiente artigiano selezionerà le pelli e costruirà a mano una scarpa seguendo la tradizione. Il giorno dopo un corriere potrebbe bussare alla porta del cliente e consegnarli le sue scarpe artigianali realizzate su misura dall'altro capo del mondo. La trasformazione digitale è un'opportunità che dovrebbe esser vissuta dalle aziende pensando sempre all'uomo che vi sta dietro e non facendosi mai trasportare dalle tecnologie. Questo l'ho imparato da *Raffaele.

“
La trasformazione digitale è un'opportunità che dovrebbe esser vissuta dalle aziende pensando sempre all'uomo che vi sta dietro
”

*Raffaele Belli, Digital Transformation Expert

Sugli NFT Mettiamo le cose in chiaro.



PIETRO AZZARA
FOUNDER / Blockchain Forum Italia

Le implicazioni di un'innovazione fraintesa

Chi ritiene siano una bolla destinata a scoppiare, chi ne parla come l'innovazione più rivoluzionaria del secolo, improvvisamente ovunque si discute di NFT. Ma cerchiamo di sfatare alcuni miti e di superare l'aspetto mediatico. Il mio obiettivo con questo articolo è offrire un'introduzione a questo vasto mondo, per chi è coinvolto professionalmente o è semplicemente interessato al settore.

Gli NFT esistono da tempo

Gli NFT non nascono nel 2021, quando Christie's ha battuto la celeberrima opera di Beeple. Da ben prima della sua recente popolarità, questo particolare tipo di token aveva già trovato use-case in vari ambiti e generato grandi aspettative nelle menti degli addetti ai lavori. Proprio in Italia, per esempio, già all'inizio dell'anno scorso è stata proposta una piattaforma senza scopo di lucro, **Italian Wonders - Le Bellezze Italiane**, che aveva l'obiettivo di raccogliere fondi in favore dei comuni colpiti dalla pandemia attraverso la vendita di "non-fungible token" e sostenere il patrimonio italiano durante il periodo forzato di sospensione del turismo e delle attività culturali. La caratteristica fondamentale degli NFT è proprio la non fungibilità (da qui il nome), ovvero il fatto che questi token hanno delle caratteristiche che li rendono unici, diversi gli uni dagli altri e quindi un bene in sé, non un mezzo di pagamento come le criptovalute.

Non solo arte

Non è un caso che gli NFT abbiano visto la più recente popolarità nel mondo dell'arte e della musica, in cui trovano un'applicazione chiaramente vincente. Qualsiasi nuova tecnologia ha un richiamo maggiore in quei settori dove le rivoluzioni scientifiche non avvengono da tempo. Il settore dell'arte è uno di questi e, nell'era di internet dove tutto è replicabile, le immagini e la musica vengono ottenute gratuitamente e replicate infinitamente, si sentiva la necessità di una innovazione che portasse scarsità anche nella dimensione digitale. Grazie alla certificazione dell'unicità e dell'autenticità delle opere, il tracciamento della proprietà, la possibilità

10101010010011
11010101001001
00110101010010
00110101010010
10011010101001
110101010100
0110101010
11001001101010
11001001101010
01110010011010
10111001001101
10111001001101

di monetizzare dalle vendite secondarie, quello dell'arte è stato un terreno fertile per l'innovazione e la sperimentazione. Ma la tecnologia non ha potenziale solo in questo contesto. Gli NFT stanno entrando anche nel mondo del Real Estate: si sta studiando, ed in alcuni casi applicando, la tokenizzazione immobiliare, ovvero la divisione di una proprietà in token che possono essere acquistati dagli investitori e rappresentano la proprietà di un terreno, di un edificio, ecc. e contengono la documentazione legale e le informazioni sulla proprietà esattamente come in un investimento immobiliare tradizionale.

Si sta studiando la loro applicazione in campo educativo con la possibilità di gestire micro-credenziali per rendere i percorsi di studio più flessibili, distribuiti, ed allo stesso tempo più comparabili, in modo da permettere l'accettazione delle credenziali scolastiche ed accademiche a livello internazionale. Nel settore dell'educazione si sta analizzando l'uso degli NFT per una migliore gestione dei materiali didattici, ecc.

Grandi potenzialità sono quelle legate al loro uso nel gaming. Dove i giocatori possono bloccare accessori speciali per i loro personaggi o oggetti di gioco.

Si diffonderanno dunque oltre al mondo di arte e collezionismo? Penso di sì, non bisogna necessariamente essere collezionisti o artisti per avere interesse a capire di più degli NFT perché sono un buon metodo per trasferire valore e diritti, aumentando il tasso di libertà e di decentralizzazione delle tecnologie.

Non tutti gli NFT sono inquinanti

Molti detrattori degli NFT, e della blockchain in generale, fanno riferimento ai costi ambientali. Nonostante ci siano altre applicazioni ed industrie decisamente più inquinanti, è giusto che ci si interroghi sui costi/benefici legati all'uso di questa tecnologia. Alcune blockchain utilizzate, è vero, sono basate su dei meccanismi che richiedono calcoli che consumano quantità sbalorditive di energia, e lo fanno by design, perché è necessario per mantenere sicuro il sistema. Tuttavia, esistono protocolli di Terza Generazione, come mi piace definirli, che

“
Qualsiasi nuova tecnologia ha un richiamo maggiore in quei settori dove le rivoluzioni scientifiche non avvengono da tempo
”

garantiscono sicurezza, decentralizzazione, e trasparenza, assicurando anche velocità e un basso impatto ambientale. Un esempio è **Algorand** (blockchain ideata da Silvio Micali, italiano vincitore del premio Turing), protocollo carbon-negative che ha ottenuto la fiducia di SIAE. Esistono piattaforme che si basano su questa blockchain, in Italia, per esempio, tornando al campo di applicazione dell'arte e della musica, è stata lanciata **MUSA_NFT**: una piattaforma emergente, che esiste da poche settimane, ma che sta già raccogliendo interesse da parte del pubblico e diversi brand. Attualmente, queste piattaforme più sostenibili non hanno il volume delle loro controparti tradizionali (cioè le piattaforme basate su Ethereum). Tuttavia, si spera che più artisti migrino verso alternative sostenibili, incoraggiando sempre più investitori e collezionisti a fare altrettanto.

Non sono solo una bolla

Come ogni altro nuovo fenomeno non compreso dal grande pubblico, gli NFT sono già stati etichettati come una bolla, che sarebbe pronta per scoppiare. Anzi, secondo alcuni starebbe già scoppiando. Eppure, nonostante un calo nell'interesse quest'estate, gli NFT continuano a riscuotere successo, la tecnologia non si ferma e sta accumulando casi d'uso in vari settori. Il modo in cui i grandi player stanno integrando gli NFT mi fa credere che non siano solo speculazione e certamente non una bolla, ma la nostra nuova realtà. Una realtà più democratica, più decentralizzata, più trasparente, più inclusiva grazie alla blockchain.

 Basisconsulting

Raggiungi i tuoi obiettivi insieme a noi.

Progettiamo le nostre proposte su misura per le tue esigenze, uniamo la nostra esperienza, la capacità e il talento alla tecnologia per massimizzare i risultati.

www.basisconsulting.it

“Marco Romano Conoscere, comprendere, applicare.”



MARCO ROMANO

“... Sono salito sulla cattedra per ricordare a me stesso che dobbiamo sempre guardare le cose da angolazioni diverse. E il mondo appare diverso da quassù. Non vi ho convinti? Venite a vedere voi stessi. Coraggio! È proprio quando credete di sapere qualcosa che dovete guardarla da un'altra prospettiva.”

Sono le parole – indelebili nella memoria, tanto quanto il suo slancio – del Professore John Keating nel film *L'attimo fuggente* del 1989. Oggi come allora. Le abbiamo riportate in questo incipit perché crediamo fermamente che ci siano delle analogie tra l'amato Robin Williams e **Marco Romano**, Professore Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, docente dei corsi di “Economia e gestione delle imprese”, “Logistica Distributiva e Omnicanalità”, “Digital Innovation e Transformation Management” e componente del Collegio dei Docenti del Ph. D. Programme in “Economics, Management and Decision Making”, presso il Dipartimento di Economia e Impresa dell'Università degli Studi di Catania. Lo abbiamo intervistato per conoscere il suo pensiero sul mondo della trasformazione digitale, su ciò che avverrà nel prossimo futuro e per capire soprattutto come i giovani, tra carriere universitarie e sogni nel cassetto, debbano approcciarsi al cambiamento epocale che stiamo vivendo.

FRANCESCO RICCA
DIRETTORE RESPONSABILE / 01magazine

Partiamo dal tema cruciale dell'economia mondiale messa a durissima prova dall'epidemia da Covid-19. I cenni di ripresa, comunque, sono già evidenti, il conseguente processo rapido e improvviso di digitalizzazione globale potrà giocare un ruolo decisivo in questo senso?

I grandi obiettivi che sono stati definiti dalla politica di coesione 2021-2027 della Comunità Europea ruotano intorno al concetto di un benessere equo e sostenibile che, facendo leva sull'impiego di nuove tecnologie disponibili, consenta un miglioramento della qualità del lavoro, rispettando il territorio e le risorse naturali, stimolando la coesione economica e sociale. Tuttavia, l'economia mondiale ha registrato, anche e soprattutto a causa dell'epidemia da Covid-19, cambiamenti senza precedenti e risulta molto difficile dire in che modo gli eventi di questi due anni plasmeranno gli scenari futuri. Per intenderci, si assiste alla costruzione di una “super-smart society” fatta di veicoli che si guidano da soli grazie ai big data, la sensoristica e l'intelligenza artificiale, smart cities, turismo digitalizzato, fintech, domotica, cybersicurezza, 5G, data analytics e deep learning anche per gli open data e la digital healthcare.

Tutte le previsioni sottolineano la sempre maggior permeabilità del digitale nella vita di tutti i giorni. La ricerca scientifica su cui molte aziende stanno investendo negli ultimi anni è stata una grande generatrice di fattori di cambiamento. Lo sviluppo tecnologico che essa produce è stato trainato soprattutto dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT, Information and Communications Technology), oggi

ulteriormente completate dallo sviluppo di tecnologie di connessione in rete. Ed è proprio sull'onda di questo sviluppo tecnologico che diversi settori manifatturieri e di servizi si sono notevolmente sviluppati negli ultimi anni, soppiantando vecchi modelli produttivi ed organizzativi.

L'accelerazione del processo di digitalizzazione si manifesta sotto molteplici forme, com'è stato sottolineato anche dall'OCSE. Le attività economiche sono sempre più knowledge intensive e si riflettono sull'istruzione, soprattutto quella terziaria, che deve puntare sui giovani con competenze e capacità adeguate, non solo digitali, per potenziare il capitale umano nei mercati caratterizzati dalla diffusione di innovazioni connesse ai Digital Ecosystems, all'Industria 4.0/5.0, al Digital Customer Journey, all'Artificial Intelligence, all'Advanced Analytics, all'Intelligent Process Automation (IPA), al Business Process Outsourcing, al Lean Process Redesign. Nell'economia digitale i cambiamenti sono pervasivi e generano un impatto determinante sulla natura delle capacità tecnico-professionali richieste, anche rispetto alle competenze a minore rischio di sostituzione; al tempo stesso, nascono professioni totalmente nuove e difficilmente riferibili alle funzioni preesistenti, spesso non più in grado di cogliere le sfide competitive dei mercati attuali.

Quali settori e imprese maggiormente rispetto ad altri potranno guidare questa risalita? Cosa bisogna aspettarsi dall'immediato futuro?

Il nuovo paradigma economico da seguire emerge dalla consapevolezza dell'interazione sempre più forte tra dinamiche sociali e

Sport Grafik
PERSONALIZE YOUR LIFE

www.sportgrafik.it



Abbigliamento da lavoro

I colori e il marchio del tuo brand su **divise** e **accessori**, disponibili in tantissime taglie e modelli.

Divise sportive

Qualsiasi sia il tuo sport, realizziamo **divise personalizzate** per il tuo club. Grazie alla stampa in sublimazione interveniamo su qualsiasi parte del completo, creando progetti personalizzati.



MARCO ROMANO

tecnologia. Uno dei maggiori cambiamenti si noterà principalmente nell'organizzazione del sistema del valore, compresa la dislocazione fisica delle attività produttive. La produzione su misura e l'economia circolare innescheranno una completa ridefinizione del futuro modo di produrre, con la contemporanea ricerca dell'ottimizzazione dell'uso delle risorse, creando ecosistemi più sostenibili. L'equilibrio tra mansioni ad alto valore aggiunto, eseguite prevalentemente da esseri umani, e mansioni ripetitive, eseguite da macchine interconnesse e ad alta velocità, precisione e sicurezza, spingerà ad un incremento della selezione, in quantità e qualità, dei lavori manifatturieri e dei relativi servizi con un innalzamento delle competenze richieste.

È difficile individuare quali settori e imprese potranno guidare questa risalita, tuttavia, è indispensabile investire in modelli di business evoluti in grado di affrontare le sfide del cambiamento reale. Il costituito distretto produttivo "Sicilia 5.0", di cui sono il promotore, si configura come un sistema produttivo, caratterizzato da oltre un centinaio di imprese ad elevato contenuto tecnologico, prevalentemente di piccola e media dimensione e dalla specializzazione produttiva che contraddistinguono i settori dell'economia digitale. Le soluzioni tecnologiche offerte sono tanto pervasive quanto trasversali tra i partecipanti che si collocano all'interno del cluster tecnologico, quali imprese specializzate nei prodotti e servizi dell'economia digitale che, allo stesso tempo, rivolgono la loro attività secondo una logica di filiera a clienti (privati e pubblici) nei seguenti settori end-user: Agrifood, Formazione e produzione di conoscenza, Health, Servizi consulenziali, Safe & security, Mobility, Turismo e Cultura.

Qual è il modello digitale e più evoluto, tra i paesi europei o mondiali, da prendere come esempio?

Tutti gli stati membri dell'Unione Europea spingono e favoriscono il processo di digitalizzazione tramite le iniziative di agevolazioni fiscali. Se nei primi anni queste riguardavano più strettamente la trasformazione degli asset produttivi, oggi si estendono al software in modo più allargato, come successo in Italia col passaggio al Piano Nazionale Transizione 4.0. In Europa, dunque, si afferma l'Industria 5.0 nel segno della continuità nei confronti della transizione iniziata con Industria 4.0. La crisi nata dal Covid-19 ha evidenziato la necessità di riformulare la "quinta rivoluzione industriale" intervenendo sul mercato del lavoro, sottolineando le dimensioni di vulnerabilità del sistema produttivo e la necessità di offrire flessibilità, elasticità e produttività in condizioni di sostenibilità

economico-finanziaria.

Allo stesso tempo, si impone il tema sul ruolo dell'industria moderna nella Società 5.0, dell'impatto ambientale (Green Deal), della sostenibilità sociale del processo di trasformazione del lavoro e dei lavoratori, conseguenza delle tecnologie emergenti. Le categorie tecnologiche individuate dall'Unione Europea come trainanti per l'Industria 5.0 sono in piena continuità con il paradigma dell'Industria 4.0: interazione individualizzata tra uomo e macchina, tecnologie di ispirazione biologica, digital twins e simulazione dei sistemi, piattaforme di flusso ed analisi dati, intelligenza artificiale ed efficienza energetica.

Cosa sta determinando la trasformazione digitale in Italia?

In Italia il mercato digitale cresce e continua a migliorare la qualità della domanda grazie alla spinta delle componenti più innovative. Quelli che sono definiti come "digital enabler", ossia le tecnologie abilitanti, soprattutto il Cloud, l'IoT e il Mobile, crescono a tassi dieci volte superiori a tutto il resto. È un trend in ascesa che si trasmette all'intero mercato, non solo al software e ai servizi. Nonostante in alcuni ambiti il passo è un po' più lento, oramai tutti i settori continuano a investire in digitale. Non è più solo fattore di efficienza, ma è leva strategica per innovare prodotti, servizi, modelli di business e adeguarsi con risposte pronte e rapide rispetto ai mutevoli bisogni del mercato.

La trasformazione digitale ha determinato una democratizzazione dell'accesso alla tecnologia. Cresce costantemente il numero di aziende e di istituzioni pubbliche, di piccole e medie dimensioni, che fruisce di tecnologie innovative ed emergenti per migliorare la produttività dei processi interni e il livello di competitività sul mercato di riferimento. Le aziende italiane preferiscono rivolgere i propri investimenti da un ICT più tradizionale e focalizzato solamente sul mantenimento dell'infrastruttura verso soluzioni e tecnologie innovative a supporto dei progetti di trasformazione digitale. Tra i mercati che crescono maggiormente in Italia troviamo le soluzioni e le tecnologie collegate ai dati.

Le regioni italiane a maggior trazione digitale sono la Lombardia e il Lazio. Nel 2018, la spesa digitale sostenuta complessivamente da aziende e consumatori in queste due regioni, è stata pari al 41,1% del mercato complessivo, comunque guidato dalla Lombardia (24,6%). Seguono, con un impegno di spesa decisamente inferiore, altre regioni del Nord Italia, Piemonte e Veneto. A livello di macroarea geografica, quindi, le regioni del Nord Ovest e del Centro costituiscono circa il 68% del mercato digitale italiano. Considerando, la macroarea del

Sud del Paese, la Sicilia ricopre un ruolo di prim'ordine. Nel Sud le regioni su cui si polarizza la maggior parte della spesa digitale sono infatti Campania e Puglia che, con la Sicilia, rappresentano le regioni che hanno programmato gli investimenti più ingenti in ambito ricerca, innovazione e sviluppo ICT associati ai Fondi UE.

Quella della diffusione delle competenze digitali risulta una delle sfide più ardue dell'intero territorio italiano. E anche dell'isola, bisogna ancora lavorare molto per la promozione di una cultura e la creazione di skills che rendano sostenibile il nuovo ecosistema digitale. Difatti, la Sicilia, insieme ad altre regioni del Sud, si posiziona proprio come fanalino di coda sotto questo aspetto (European Commission, 2020). In particolare, emerge con riferimento all'anno 2019 che la Sicilia è ultima su 4 indicatori, quali competenze digitali di base (29,1%), competenze superiori al livello base (13,6%), competenze in ambito software (33%), e popolazione laureata (14,2%); sul fronte della formazione aziendale, secondo i dati del censimento delle imprese siciliane elaborati dall'Istat per l'anno 2018, emerge che sono 2677 le imprese con almeno 10 addetti (circa il 30% del totale) che svolgono attività di formazione non obbligatoria indirizzata ai neo-assunti o alla formazione continua del personale interno. Di queste, circa l'87% ricorre alla formazione interna. I numeri parlano chiaro!

A tuo avviso, la programmazione, distribuzione e utilizzo dei fondi comunitari possono essere gestiti in modo differente, partendo dall'assunto che molti di questi vengono dispersi inopinatamente?

Assolutamente sì. Nella prospettiva Industria 5.0 bisogna investire sulla competitività del territorio per cercare di intervenire sul gap rispetto al contesto nazionale e globale puntando sulla conoscenza e sulle competenze professionali delle risorse umane, assenti o non adeguatamente valorizzate, soprattutto nella pubblica amministrazione. Inoltre, la competitività delle singole imprese e del tessuto imprenditoriale di un territorio nel suo complesso dipende anche dall'attenzione che queste prestano ai temi della responsabilità sociale nei confronti della comunità di riferimento e, quindi, della legalità quotidianamente praticata.

Quali sono gli orizzonti che intravedi?

Orizzonti incerti ad ogni livello territoriale, risorse scarse e capacità limitate per costruire scenari favorevoli allo sviluppo sostenibile, punterei sulle risorse umane che alle competenze affiancano grande rigore ed illimitata passione.

Veniamo agli aspetti personali, quanto ha influenzato lo sport – in particolare la pallacanestro – nella tua vita?

Il mio primo allenatore di minibasket ha svolto un grande ruolo nel mio percorso di crescita personale, ricordo gli insegnamenti in campo ed il suo stile di gioco quale modello indelebile. Il mio sogno ricorrente è un "passaggio baseball" sincronizzato, millimetrico per una schiacciata a canestro, d'altronde ho sempre preferito servire i compagni con passaggi smarcanti valorizzando sempre chi è più bravo di me!

E se non avessi fatto il docente? Quale sarebbe stata la tua scelta?

Il poliziotto, per aiutare i più deboli. È scritto anche sul mio quaderno di scuola elementare.

Qual è l'insegnamento più importante che hai ricevuto dai tuoi genitori e dalla vita in generale?

La dignità e libertà sopra ogni cosa, anche il rigore, l'impegno, l'umiltà e la riconoscenza verso il prossimo. La vita è costellata da innumerevoli sofferenze che ci rendono migliori, almeno spero che sia così, nonostante tutto, intorno a noi c'è tanta umanità da coltivare e felicità da ricercare, oggi lo sintetizzo con #solocosebelle.

Se fossi un neolaureato e dovessi fare un colloquio, quale sarebbe lo spirito con cui ti approcceresti e come ti presenteresti?

AMET, LAORI
Il mantra è

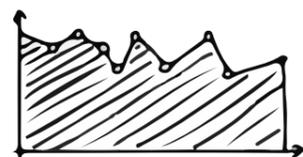
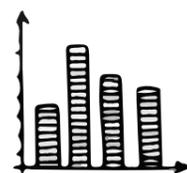
"conoscere, comprendere, applicare" con "rigore e passione",

quindi, raccoglierei tutte le informazioni disponibili nei reports, sul web e nelle communities, ascolterei con attenzione e mi domanderei cosa posso offrire considerando le conoscenze acquisite e le esperienze fatte (tante!) in una battuta: Buongiorno, sono il sig. "Wolf", risolvo problemi!

Successioni e donazioni.

Cosa ci dobbiamo aspettare per il futuro e soprattutto cosa dobbiamo sapere.

DAVID NINCI
SOCIO Del Grande Ninci Associati

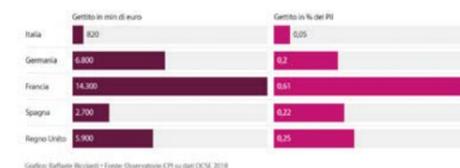
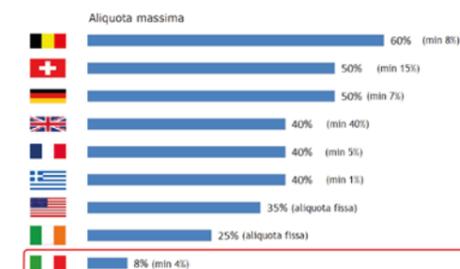


“Attualmente, l'imposta sulle successioni ha, come presupposto, i trasferimenti di beni e diritti per successione a causa di morte, mentre l'imposta sulle donazioni colpisce la donazione e gli altri atti di liberalità stipulati in forma scritta”

Un tema più volte affrontato, negli ultimi tempi, è quello dell'imposta sulle successioni e donazioni.

L'imposta, per come la conosciamo noi, fu prima disciplinata dal D.P.R. 26 ottobre 1972 n. 637 e poi sostituita dal D.Lgs. 31 ottobre 1990 n. 346, in vigore dal 1° gennaio 1991.

L'imposta fu abrogata dalla legge 18 ottobre 2001 n.383 e poi reintrodotta, sia pure con caratteristiche diverse, dall'articolo 2 del D.L. 262 del 2006, convertito dalla legge 286 del 2006. Attualmente, l'imposta sulle successioni ha, come presupposto, i trasferimenti di beni e diritti per successione a causa di morte, mentre l'imposta sulle donazioni colpisce la donazione e gli altri atti di liberalità stipulati in forma scritta. Senza entrare nei dettagli tecnici, l'imposta sulle successioni e donazioni, così come da ultimo strutturata, appare molto favorevole. Può aiutare in proposito un semplice confronto internazionale a livello di aliquote applicabili. Tali aliquote “ridotte” comportano, necessariamente, un gettito altrettanto ridotto per le casse erariali.



holding di famiglia, utili soprattutto nei casi in cui i discendenti sono più di uno



L'Italia è infatti il Paese in Europa in cui il prelievo dell'imposta sulle successioni e donazioni in rapporto al PIL è più basso.

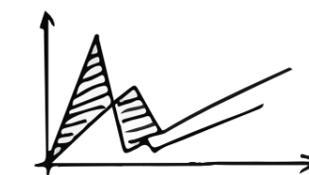
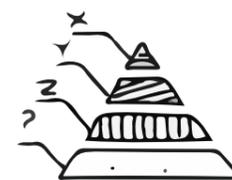
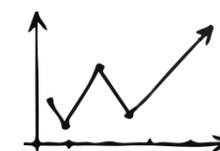
Sulla base di dette considerazioni, già nel 2014 il Fondo Monetario Internazionale, allora guidato da Christine Lagarde, aveva suggerito al nostro Paese di rafforzare l'imposta sulle successioni e donazioni (portando l'aliquota minima dal 4% al 23% e riducendo la franchigia applicabile nei trasferimenti in linea retta, oggi pari a 1.000.000 euro).

Nel corso del 2016 era stata anche presentata alla Camera dei Deputati la proposta di legge n.3855/2016, che prevedeva un significativo inasprimento dell'imposta, proposta però non andata a buon fine per le note vicende politiche. A questo punto, la riforma fiscale su cui sta lavorando il Governo Draghi può essere l'occasione per mettere mano all'imposta, adeguandola agli standard internazionali e, in concreto, aumentandola significativamente. È stato al riguardo stimato che 2/3 della ricchezza complessiva in Italia è detenuta dagli over 65 e che, modificando l'imposta sulle successioni e donazioni, circa la metà del debito pubblico potrebbe essere abbattuta nei prossimi anni con l'incasso da tali imposte, se ben calibrate. È quindi consigliabile programmare sin da ora il “passaggio generazionale” di beni immobili, partecipazioni e aziende, ma volendo anche del

denaro, al fine di sfruttare le attuali (favorevoli) norme, che prevedono aliquote di tassazione basse e franchigie elevate.

Nel caso specifico delle partecipazioni aziendali (ossia di quote di società a responsabilità limitata o di azioni di società per azioni) l'operazione può essere configurata in vari modi, sfruttando, ove possibile, l'esenzione da tassazione prevista dall'art.3, comma 4-ter, del D.Lgs.346 del 1990, allorché il beneficiario acquisisca o integri, con l'operazione, il controllo (ossia la maggioranza dei diritti di voto esercitabili in assemblea) e questi prosegua l'esercizio dell'attività per un periodo non inferiore ai cinque anni.

Per raggiungere tale obiettivo è possibile utilizzare i c.d. “Patti di famiglia”, disciplinati dall'art. 768 bis e seguenti del Codice Civile, che hanno il pregio di rendere non più aggredibile il trasferimento dagli altri legittimari. Il mezzo più utilizzato per effettuare questo “trasferimento” sono le cosiddette holding di famiglia, utili soprattutto nei casi in cui i discendenti sono più di uno. In conclusione, allo stato attuale esistono le norme ed i mezzi per effettuare una programmazione del passaggio generazionale limitando al massimo l'impatto fiscale, possibilità che potrebbe venire meno nell'immediato futuro.



TASKLET
FACTORY

Il sistema di gestione mobile del magazzino integrato con Microsoft Dynamics 365 Business Central e Microsoft Dynamics NAV

- Ottimizza tutti i processi legati alle attività di magazzino e li integra con il tuo ERP
- Riduce gli errori all'interno del magazzino
- Aumenta l'efficienza
- Migliora la customer satisfaction
- Inventario di magazzino sempre aggiornato in tempo reale

Tasklet Factory è partner di Projest SpA
Scopri di più sul sito www.projest.com



Giuseppe Veneziano. *Quando l'arte (non) mette tutti d'accordo.*



FRANCESCO RUSSO
COMMUNICATION MANAGER / Orangedev

“
*Spesso le opere che
rivisito della storia
dell'arte sono
quelle che
amo di più*
”

Partiamo subito dal dipinto che ci hai “omaggiato” per la copertina di questo numero, che rappresenta in modo esaustivo il concept del nostro magazine. Raccontaci quando e come nasce quest'opera...

Ho sempre subito la fascinazione del dipinto di Caravaggio su San Gerolamo fin da quando la vidi dal vero alla Galleria Borghese di Roma. Spesso le opere che rivisito della storia dell'arte sono quelle che amo di più. San Gerolamo è uno dei padri fondatori della Chiesa perché fu il Santo che tradusse la Bibbia dall'ebraico e dal greco in latino. Grazie alla sua traduzione letteraria tutto il mondo occidentale ha potuto accedere alla lettura delle Sacre Scritture. Nella mia opera ho voluto creare un sequel dell'opera di Caravaggio, rappresentando il Santo nell'atto di tradurre la Bibbia dal latino al digitale, attraverso un portatile Apple.

Non solo passione, l'arte per te è (ormai) una professione.

Fin dall'età di 18 anni, da quando iniziai la mia collaborazione con il “Giornale di Sicilia” come illustratore e vignettista, l'arte è stata una professione. La praticavo parallelamente alla mia attività di architetto. Solo all'età di 30 anni ho fatto una scelta definitiva: quella di dedicarmi completamente all'arte.

Nel bene e nel male purché se ne parli. Se penso a Giuseppe Veneziano lo immagino “in bilico”

tra chi lo osanna e chi lo critica. Qual è il tuo pensiero?

Fin dall'inizio il mio lavoro artistico ha diviso radicalmente il pubblico. Questo lo ritengo un fatto positivo. Vuol dire che ci si trova di fronte a qualcosa che ti impone di prendere una posizione. L'arte consolatoria o che mette d'accordo tutti non mi interessa. Mi dà la sensazione di trovarsi di fronte a qualcosa di già visto.

Binomio “arte e digitale”. Binomio possibile?

Credo di sì. Sono due mondi paralleli che non entrano in conflitto. L'arte a volte sa essere un'antenna parabolica capace di captare le novità del mondo moderno e di metabolizzarne qualsiasi nuovo linguaggio espressivo. Credo che da tempo abbiamo superato il “Post-Moderno” e siamo nell'era “Iper-Modernità”.

Arte, Blockchain e NFT. Che ne sarà alla fine?

Sarà un altro aspetto della modernità digitale che, come un termometro, misurerà l'evoluzione culturale del nostro tempo e dell'arte.

Hai mai pensato di vendere (o lo fai già) NFT delle tue opere?

Ho avuto diverse proposte di collaborazione per vendere gli NFT delle mie opere in alcune piattaforme digitali, ma ancora non ho avuto tempo per studiare bene il fenomeno e farne parte.



Pittura o installazione. Qual è la forma d'arte in cui ti esprimi meglio?

Mi esprimo meglio nella pittura. Mi sento principalmente un pittore. Tutte le altre forme espressive che episodicamente ho frequentato, le ho viste come una propaggine della pittura.

Sei conosciutissimo in Italia e all'estero e molti VIP posseggono le tue opere. Quanto è importante "muoversi" mediaticamente tra social e red carpet?

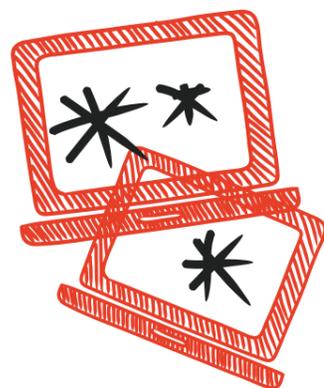
Con i social ho un rapporto quasi quotidiano. Ho spesso notizie nuove da dare sul mio lavoro. Sono felice quando qualche personaggio pubblico si interessa alle mie opere o diventa un mio collezionista. Anche se non sembra, sono molto riservato nella vita privata, ma ogni tanto mi concedo qualche uscita con qualcuno di loro che stimo.

Un pensiero al nostro caro (e amico) Andrea G. Pinketts, che ci ha lasciato qualche tempo fa ma è sempre vivo nei nostri ricordi. Raccontaci un aneddoto della vostra amicizia.

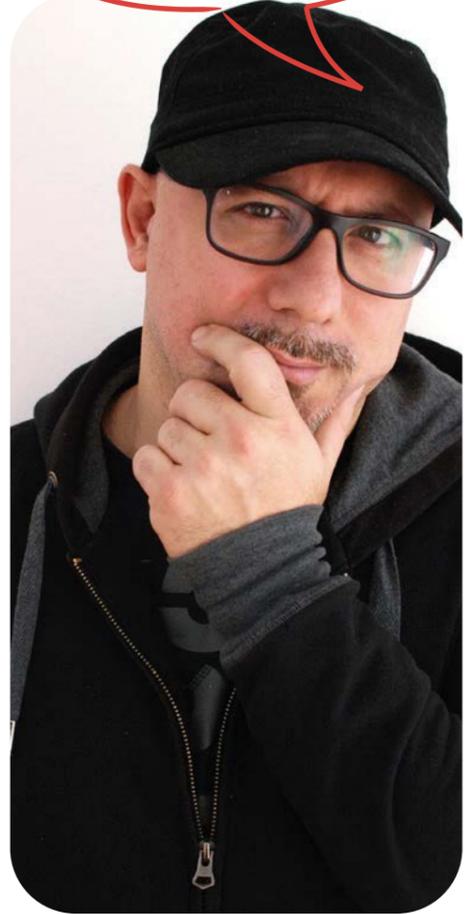
Andrea Pinketts è stato un grande amico, un fratello maggiore che aveva sempre una risposta alle mie domande e ai miei dubbi. In quindici anni che ci siamo frequentati di aneddoti ne avrei molti da raccontare. Vorrei raccontarne uno che risale proprio ai primi giorni che ci conoscemmo. Un giorno lo trovai che stava leggendo un

libro che doveva presentare, però mi manifestava il fatto che non gli piacesse. Lo sfidai a dirlo durante la presentazione. Un mese dopo mi chiamò e mi chiese di raggiungerlo in libreria. Era il giorno che doveva presentare quel libro. E in effetti ne parlò malissimo e invitò l'autore a non scrivere più. Nonostante ci conoscessimo da poco, ha voluto dimostrarmi lo stesso la sua coerenza e la sua integrità intellettuale. E per tutti gli anni della nostra amicizia l'ho apprezzato anche per questo.

Come definiresti 01magazine?
Direi che il binomio arte e digitale sia territorio di confronto molto interessante e innovativo. Ne sarò un attento lettore.



“
il binomio arte e digitale è territorio di confronto molto interessante e innovativo
”



LA CREAZIONE DELLA MASCHERINA
2020. ACRILICO SU TELA. CM 100X70



Search On CONSULTING

Si occupa della **consulenza strategica e operativa** nel settore del Digital Marketing supportando le aziende nelle attività di Digital Trasformation



www.searchonconsulting.com

Search On EDUCATION

La business unit che *dal 2007* realizza eventi proprietari e per **clienti B2B**, portando avanti progetti formativi e di digitalizzazione dedicati ad aziende, professionisti, istituzioni e non profit



L'evento per i professionisti del Social Media e del Web Marketing

1 - 2 dicembre 2021
Rimini & Online

social-media-strategies.it



Il più grande Festival sull'Innovazione Digitale e Sociale

16 - 17 - 18 giugno 2022
Rimini Fiera & Online

ifestival.it



L'evento avanzato per i professionisti del Digital Marketing

L'evento avanzato per i professionisti del Digital Marketing

3 - 4 dicembre 2021
Rimini & Online

searchmarketingconnect.it

Search On EVENT

Il servizio per organizzare eventi **fisici, ibridi e online**, realizzati su misura per player B2B attraverso la *piattaforma interattiva ibrida.io*



Transizione ed evoluzione 5.0 della gestione aziendale.

Come la norma sulla crisi d'impresa e i contributi per la formazione e l'innovazione tecnologica ci porteranno all'Industry 5.0



ANDREA BELLUCCI
PRESIDENTE STARGATE CONSULTING
FINANZIAMENTI INDUSTRIA 4.0

Il complesso scenario politico, economico e sociale attuale è stato causato da un cigno nero, il Coronavirus, che ha fatto sì che due termini siano ricorrenti parlando di gestione aziendale: transizione ed evoluzione.

Il primo è soprattutto associato alla digitalizzazione e alla green economy. Per favorire la transizione digitale e green sono stati messi a disposizione ingenti risorse economiche attraverso il PNRR, ma va approfondito l'aspetto di evoluzione, in quanto da molti imprenditori non è stato ancora assimilato che per disciplinare la crisi di impresa è intervenuta una norma, il D.Lgs. n. 14/2019.

Per evitare che un Amministratore possa essere ritenuto responsabile del fallimento dell'impresa occorre facilitare l'Early Warning e misurare il Going Concern. Non ci si potrà più permettere di conoscere il risultato di esercizio un anno dopo averlo compilato: il sistema dovrà mettere in risalto un problema prima che sia troppo tardi. **Cosa occorre fare per essere un complesso economico e funzionante destinato a produrre reddito per un prevedibile arco temporale futuro?**

Occorre investire in innovazione e formazione continua, misurando il clima aziendale. Anche le PMI innovative dovranno rispettare il requisito "by definition", e non saranno ritenute tali solo perché in grado di avere i requisiti per iscriversi

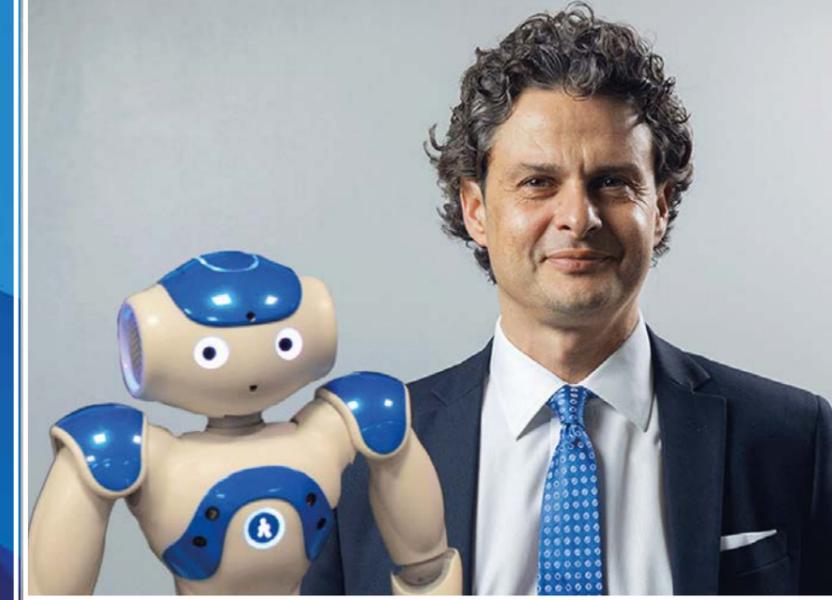
allo speciale elenco delle Camere di Commercio. Questo perché l'azienda innovativa, che punta sulle competenze dei propri dipendenti e mantiene un ambiente di lavoro sano e positivo - in cui il dipendente è in grado di mettere a frutto le proprie idee e le proprie competenze portando consigli e suggerimenti per il miglioramento - è un'azienda che si evolve, e quindi più difficilmente potrà trovarsi in condizione di crisi. Ma innovare, acquisire nuove tecnologie e formare i dipendenti ha un costo: ci saranno strumenti finanziari disponibili per le imprese?

Abbiamo intervistato il dott. **Andrea Bellucci**, esperto di finanza agevolata di impresa e di Innovation Management, Presidente della Stargate Consulting e socio fondatore del Centro di Competenza Artes 4.0. "È fondamentale che gli imprenditori conoscano in anticipo quali saranno i trend dei contributi a fondo perduto per supportare i propri progetti di investimento. Tra le linee di finanziamento identificate nel PNRR vi sono contributi per la digitalizzazione, per l'economia circolare e l'internazionalizzazione delle imprese. Esistono anche opportunità a livello regionale, nazionale ed Europeo. Esse potranno essere cumulabili con una linea di intervento che, citando il testo, "prevede contributi per sostenere gli investimenti in macchinari, impianti e attrezzature per produzioni di avanguardia tecnologica."

Il Piano Transizione 4.0 prevede un credito di imposta fino al 50% per l'acquisizione di nuovi macchinari Industria 4.0, quindi le aziende potrebbero agevolare i propri investimenti finanziati fino al 90% a fondo perduto. Ci sono poi un credito di imposta fino al 20% per i beni immateriali Industria 4.0, fino al 20% per attività di Ricerca e Sviluppo e fino al 50% per la Formazione 4.0. È importante affidarsi a tecnici esperti che predispongano un dossier completo delle attività".

Parlando quindi dell'evoluzione delle competenze del leader del futuro, aggiunge: "deve comprendere i grandi temi in atto e le forze che influenzano il cambiamento. Deve avere competenze ibride umanistiche, tecnologiche e finanziarie per trasformare i segnali in insights e strategie vincenti. Deve riuscire ad attirare, coinvolgere e motivare i migliori talenti. Deve ispirare e fornire l'esempio".

In merito ai contributi per la formazione: "Saranno disposte ingenti risorse per le politiche attive del lavoro. Si dovrà puntare sulla formazione dei dipendenti, sulla riqualificazione del lavoratore attraverso l'acquisizione di nuove competenze. Proprio per questo è stato istituito il Fondo Nuove Competenze, che consente a qualsiasi impresa di recuperare il 100% del costo dei dipendenti che vengono messi in formazione al fine di acquisire le nuove competenze che sono ritenute necessarie dall'azienda. Il Fondo avrà una dotazione davvero importante ed è previsto che riapra nei primi mesi del 2022. Ancora molte aziende non sanno che possono finanziare la formazione dei propri dipendenti iscrivendosi ad un Fondo Interprofessionale. Alcuni di questi daranno contributi a fondo perduto fino a 50.000 euro per progetti di formazione in ambito di innovazione, digitalizzazione e transizione green". In questo modo si parla di proiettare congiuntamente il sistema economico verso un nuovo paradigma 5.0, che vedrà una manifattura sempre più umano-centrica, sostenibile e resiliente. I leader del futuro devono quindi conoscere ed interpretare il trend delle sei tecnologie abilitanti



dell'industria 5.0:

- Interazione uomo-macchina personalizzata
- Tecnologie ispirate alla natura e materiali intelligenti
- Gemelli digitali e simulazione
- Tecnologie per la trasmissione, l'immagazzinamento e l'analisi dei dati
- Intelligenza artificiale
- Tecnologie per l'efficienza energetica, le energie rinnovabili, lo stoccaggio dell'energia e l'autonomia.

Il prossimo passo metterà in primo piano la ricerca e l'innovazione come motori per una transizione verso un'industria Europea sostenibile, incentrata sull'uomo e resiliente. In pratica, mentre viviamo una accelerazione tecnologica dentro una transizione digitale e ecologica, dovremo ricordarci di restare umani. Dovremo interagire e dialogare non solo tra di noi, ma anche con i robot, ricordandoci di essere umani. Dovremo imparare a riconoscere e rispettare il "pluralismo" e la solidarietà tra noi come valore principale dell'essere umani. Dovremo ricordarci dei figli che ci portiamo sulle spalle e del futuro che dobbiamo garantirgli affinché credano ancora nell'essere umani. Mai come adesso dobbiamo ricordarci di essere umani, altrimenti altri cigni neri, come virus o altre tecnologie ci spazzeranno via...

 **CentroSistemi**

**Non un semplice partner,
ma un punto di riferimento per
la gestione dell'infrastruttura
informatica della tua azienda.**



csistemi.it



Positivitrip: il mondo intero è l'ufficio!



FRANCESCO & VERONICA
TRAVEL CONTENT CREATORS
Positivitrip



"Per due relativamente 'giovani' come noi, sembrava ieri il momento in cui guardavamo sognanti le immagini di posti stupendi (e qualche volta quasi surreali) ritraenti talvolta delle bizzarre statue allineate con il volto severo, altre volte degli imponenti edifici a punta in mezzo al deserto, molto spesso delle straordinarie spiagge tropicali con tanto di palma ricurva che chissà in quale angolo di paradiso saranno state. Già a primo impatto quelle immagini erano capaci di suscitare in noi, futuri esploratori, sorpresa e curiosità, innescando quella voglia di scoperta che porta a prenotare il primo biglietto aereo con l'irrefrenabile esigenza di andare a vedere coi propri occhi quel mondo fantasioso ammirato solo in foto.

Questa esigenza in noi non si è più spenta, anzi, è andata progressivamente crescendo.

Siamo Francesco & Veronica, fondatori di Positivitrip, blog di viaggi che raccoglie consigli, itinerari e prezzi su destinazioni poco battute, due ragazzi cresciuti proprio con la voglia di esplorare il mondo e che hanno fatto della loro passione più grande un percorso professionale.

Fortuna che dal periodo in cui ci si lasciava ispirare dalle foto dei giornali poggiati sul tavolo del salotto di cose ne sono cambiate e anche parecchie, soprattutto nel modo in cui chi 'vende' viaggi sceglie di comunicare ai propri potenziali clienti. Questo anche per il naturale incremento degli

strumenti a disposizione, che appena qualche tempo fa erano difficili pure da immaginare.

Già nell'ultimo ventennio, con l'avvento di internet in prima battuta, dei pc portatili e infine degli smartphone, tutti noi abbiamo assistito ad un radicale cambiamento delle abitudini dei consumatori, che ha portato ad un successivo cambiamento nel modo di raggiungere l'utente finale e nel modo di raccontare i viaggi, ispirare gli appassionati del settore nonché spingere il cliente finale a compiere un'azione.

Un po' per conseguenza e un po' per necessità, in maniera del tutto inaspettata, siamo pure arrivati a sfruttare, in qualità di ottimi mezzi comunicativi e quindi strumenti commerciali, i social network, nuove piattaforme digitali nate di base per bilanciare l'interazione tra umani che col tempo modifica sempre più i suoi connotati. Chi poteva immaginare negli anni '70 che un giorno sarebbero nati dei 'luoghi' virtuali dove ognuno poteva esprimere la propria opinione, raccontare le proprie esperienze con tanto di foto e video a corredo ed ispirare altri a far lo stesso? E chi poteva immaginarsi che gli stessi 'luoghi' sarebbero stati usati un giorno come mezzi di comunicazione commerciale per raggiungere un potenziale pubblico con interessi specifici?

Il lato affascinante (e senza dubbio per molti anche frustrante) *del mondo del digital è stato proprio quello di tenersi al passo con l'evoluzione degli strumenti comunicativi*, che negli ultimi anni si



“
... La trasformazione
del mercato ed il suo
conseguente adattamento
alle realtà del web
ha avuto per noi
un ruolo chiave...
”



YOURgroup, la prima società italiana di Fractional Executive

YOUR GROUP

We are in Italy, France, Swiss and UK

19 Practices
200 Partners

YOURgroup, the first C-LEVEL Operating Advisory Group in Italy for Fractional Executives



Per ogni area chiave dell'azienda offriamo supporto operativo "on site" erogato da un team di **fractional manager** con lunga esperienza aziendale in società leader. Abbiamo creato un vero e proprio "hub" di competenze, formato da **8 team di specialisti** fortemente motivati e coordinati.

Vuoi conoscerci meglio?

Prova **yourCHECKUP**, una fotografia dello stato di salute della tua azienda, professionale, approfondita e rapida, che permette di **individuare le aree poco performanti**, le opportunità di miglioramento e di valorizzare i punti di forza.

We can offer operational support in every key area of a company thanks to a team of **long-experienced contract managers** operating "on site". We consist of **8 teams of motivated and coordinated specialists** that create a real competence HUB.

Do you want to know us better?

Do Try **yourCHECKUP**, a picture of your company's health status, a professional, thorough and quick instrument, allowing a Company to **identify underperforming areas**, opportunities for improvements and new key points of strength.



sono moltiplicati esponenzialmente generando delle spaccature tra chi è riuscito ad adattarsi e chi non sempre trova l'ingranaggio giusto, o è perennemente in ritardo.

Per noi che sulle piattaforme digitali ci siamo 'nati' il percorso è stato decisamente più semplice. a partire dai nostri primi biglietti aerei prenotati on line - piuttosto che in agenzia di viaggio - fino alle prime foto dei nostri viaggi, mai sviluppate in quanto il loro circolo vitae è sempre rimasto digitale.

La trasformazione del mercato ed il suo conseguente adattamento alle realtà del web infatti ha avuto per noi un ruolo chiave, permettendoci non solo di inserirci in un filone di nuove figure professionali che fino a qualche tempo prima non esistevano neanche, ma dandoci la facoltà di creare un flusso di lavoro realizzabile ovunque nella totale libertà di movimento.

In qualità di travel blogger e content creators siamo anche stati una piccolissima parte del movimento che ha visto nascere i 'nomadi digitali' (una categoria sicuramente ben più ampia di coloro che lavorano solo nel campo dei viaggi), rendendo il mondo intero il nostro ufficio, peraltro mai due volte uguale.

Se vi state chiedendo che sembianze ha la quotidianità dei liberi professionisti come noi che lavorano coi viaggi, dovete sapere che è frenetica e in costante mutamento, sebbene altamente affascinante.

Spaziamo dal mostrare una destinazione come 'proposta vacanze' al coordinare fisicamente dei viaggi di gruppo in cui portiamo altri viaggiatori in giro per il mondo; dal raccogliere itinerari e consigli pratici nel nostro blog al raccontare avventure bizzarre con dei brevi video su TikTok, dal consigliare accessori e piattaforme utili alla nostra audience attraverso Instagram al 'formare' altri aspiranti creatori di contenuti che vogliono fare del viaggio la loro professione, e la lista dei lavori che si potrebbero fare è ancora lunga.

Ciò che certamente amiamo di più della nostra professione dai mille volti è che ci fa viaggiare moltissimo e ci tiene sempre accesi, sempre curiosi e attenti, sempre con la valigia 'mezza piena'.

Questo non vale naturalmente solo per noi ma si applica anche a tutte quelle mansioni che sono nate in conseguenza alle sempre mutevoli abitudini dei consumatori; maggiore è il numero di piattaforme digitali in utilizzo maggiore sarà il numero di addetti ai lavori richiesto, a partire da

chi crea i contenuti grafici, chi sviluppa i siti web su cui pubblicarli, chi si occupa verticalmente di pubblicità e linguaggio commerciale e così via. *Basti pensare che per una 'semplice' agenzia di viaggi on line (che oggi non ha più bisogno di una sede fisica) ci possono volere anche 10 figure professionali diverse ricoperte da 10 persone che possono liberamente muoversi nel mondo, in quanto il loro lavoro esula da confini geografici, fusi orari, nazionalità o lingua.*

Sebbene alcuni potrebbero essere ancora un po' intimoriti dal continuo mutare del mondo del web e di conseguenza di quello del lavoro digitale, il mondo del travel in seguito a questo sviluppo ha avuto un'influenza assolutamente positiva: da un lato ha permesso a migliaia di consumatori di vivere esperienze che in altri tempi non avrebbero potuto permettersi e dall'altro ha aperto numerose strade a chi di questo voleva fare il proprio mestiere. *E se buttiamo l'occhio un po' più avanti ci rendiamo conto che il vero cambiamento ancora deve arrivare.*

E voi, come immaginate il mondo dei viaggi tra 20 anni?

In prima pagina su Google: non solo testo!



GIORGIO TAVERNITI
CO-FONDATORE Search On Media Group

Come ci si arriva in prima pagina su Google?

È una domanda che, prima o poi, chiunque lavori nel Marketing si pone. La risposta è molto complessa, ci sono percorsi che durano mesi o anni per imparare la professione di chi si occupa di posizionamento sui motori di ricerca (SEO). Esistono libri, corsi, eventi, articoli.

Su Internet è pieno di risorse che spiegano come creare un contenuto che sia ottimizzato per i motori di ricerca. La stragrande

maggioranza di esse mettono molta enfasi sul testo: dove inserire le parole chiave, in che modo trattare il testo, quanto Google è intelligente nel capire di cosa scriviamo.

Per questo motivo le attività SEO si sono concentrate molto su come effettivamente presentare un testo, ma questo è sbagliato. Sebbene sia importante curare la parte testuale, infatti, il motore di ricerca più usato del pianeta non ritiene che sia questa l'attività principale quando deve valutare una pagina. Sono in realtà gli esseri umani a farlo, perché è più facile da capire: chi vuole imparare la SEO, vuole avere risposte facili.

Google valuta invece una pagina in base a "diversi fattori e indicatori," incluse le parole che hai usato nella ricerca, la pertinenza e l'usabilità delle pagine, l'affidabilità delle fonti,

la tua posizione e le impostazioni: questo è quello che il motore di ricerca dichiara nelle sue linee guida, che sono facilmente consultabili cercando "come funziona la ricerca Google".

Letto questo, noi possiamo comprendere che, attraverso il lavoro sui testi, agiamo solo sulla fase che viene detta della "pertinenza" e non anche sulle altre.

Il problema però sorge dopo. Anche se abbiamo compreso che il lavoro sui testi è solo una parte del tutto, ancora non abbiamo compreso quanto è importante per la fase della pertinenza il "dove" inseriamo le parole chiave. La risposta è semplice: molto poco.

Google dà infatti molta importanza ad altri fattori nella fase della pertinenza:

facciamo un esempio. Immaginiamo di cercare la parola "cani": Google non apre tutto il suo database per effettuare la ricerca, perché per ogni parola ha un singolo archivio contenente tutti i documenti relativi al termine ricercato.

Per ogni ricerca, quindi, Google apre uno specifico database e al suo interno cerca di capire quali sono i documenti più pertinenti: poi fa una selezione iniziale qui, eliminando quelli che lo sono poco.

La prima selezione comprende quei documenti che hanno menzionato la parola "cani" nella pagina, con particolare attenzione per le intestazioni e il corpo della pagina. Google impiega anche altri criteri e modi per valutare questa prima selezione attraverso il machine learning, ma non ne parliamo ora.

Google non valuta quante volte la parola "cani" è ripetuta, perché non la ritiene un'informazione utile: utilizza invece altri

segnali che sono fondamentali, come i contenuti pertinenti.

E infatti possiamo leggere nelle loro linee guida: "ad esempio, quando cerchi la parola "cani", non significa che tu voglia trovare una pagina in cui la parola "cani" è ripetuta centinaia di volte. Partendo da questo presupposto, gli algoritmi esaminano una pagina per capire se presenta altri contenuti pertinenti oltre alla parola chiave "cani", come foto di cani, video o un elenco delle razze."

Questo ci porta immediatamente a due conclusioni.

La prima è che il solo contenuto testuale offre informazioni minime: se vogliamo davvero creare un contenuto che arrivi in prima pagina, è necessario ideare la migliore risorsa presente nel settore sul tema trattato.

La seconda conclusione è che per ogni chiave di ricerca ci sono dei contenuti pertinenti. È ovvio che cercando "cani" c'è anche richiesta di foto, video ed elenco di razze, ma questo vale per questa specifica chiave.

Ogni chiave ha infatti i suoi contenuti pertinenti, e Google li individua in funzione di cosa noi cerchiamo nei suoi database.

È per questo motivo che la nostra attività dovrebbe essere orientata prima di ogni cosa allo studio dei bisogni delle persone: cosa vogliono davvero gli utenti che cercano quella chiave?

A quel punto bisognerebbe creare una mappa concettuale del nostro argomento ed esplorarlo il più possibile, provando a rispondere alle domande di chi cerca quelle determinate informazioni. Perché non è di solo testo che vivono le nostre risorse, ma di risposte ai bisogni delle persone.



HOTEL REVENUE SOFTWARE



SCAN ME

www.myforecastrms.com

Il tasto della Xerox e il leone di Wittgenstein.

Anche la tecnologia ha bisogno di un linguaggio per parlare con gli umani?



DAVIDE BENNATO
DOCENTE DI SOCIOLOGIA DIGITALE
Università di Catania

Avete mai fatto caso alla plancia di funzionamento di una fotocopiatrice?

Di solito ci sono tutta una serie di tasti più o meno colorati – zoom, livelli di nero, pinzatrice automatica, fronte-retro – quasi tutti della stessa dimensione, ma ce n'è uno in particolare che spicca sugli altri. È il tasto che impartisce il comando di copiare che ha due caratteristiche che lo differenziano da tutti gli altri: è enorme ed è colorato (verde o rosso solitamente). La domanda che ci dobbiamo porre è: perché questo tasto è così diverso da tutti gli altri? La risposta ha bisogno di tre ingredienti chiave: un centro di ricerca sull'innovazione, un problema d'uso, un'antropologa visionaria.

Primo ingrediente: il centro di ricerca. Nella seconda metà degli anni '70 del secolo scorso, l'informatica era una serie di artefatti molto diversi tra loro, calcolatrici, computer, fotocopiatrici, fax, tutti strumenti che erano entrati con forza nel panorama organizzativo e aziendale, ma spesso non riuscivano a semplificare il lavoro d'ufficio, anzi in alcuni casi venivano identificati dei prescelti – i responsabili tecnici – che venivano chiamati per risolvere i

reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis

corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum

I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences.

problemi ed i rallentamenti che queste tecnologie provocavano. In questi anni per risolvere questi problemi, la Xerox, già celebre per alcune sue tecnologie informatiche, aveva fondato il PARC – Palo Alto Research Center – il cui scopo era proprio quello di migliorare le tecnologie basate sul computer approfittando del periodo di esplosione creativa che Silicon Valley stava vivendo in quegli anni.

Secondo ingrediente: un problema d'uso.

Una delle tecnologie di punta della Xerox erano proprio le fotocopiatrici, utili in un mondo basato su documenti cartacei, ma avevano un grosso problema: usare queste macchine ingombranti era assolutamente controintuitivo. Cerchiamo di capirci. Se vedo una stanza sbarrata da una chiusura, la mia esperienza mi fa interpretare la chiusura come una porta, pertanto cercherò un modo per aprirla, una maniglia, un pulsante, un comando vocale. Se vedo un utensile su una tavola apparecchiata, la mia esperienza mi farà interpretare quello strumento come una posata e magari scoprirò che nonostante sembri una pinza per forzare le viti in realtà è

reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences.

una pinza per crostacei. Insomma le tecnologie spesso hanno degli inviti all'uso – *affordance* si chiamano secondo il design cognitivo – che ti suggeriscono come devono essere usate e in che contesto, poi l'esperienza – i modelli mentali – fanno il resto. La domanda è: come fai ad usare i pulsanti di una fotocopiatrice se i pulsanti sono tutti uguali – bassa affordance – e se la tua esperienza non ti aiuta a capire come potrebbe funzionare – assenza di modello mentale – quell'aggeggio enorme davanti a te?

Terzo ingrediente: l'antropologa visionaria.

I direttori dello Xerox PARC ebbero un'idea tanto strana quanto innovativa: il problema non può essere risolto ricorrendo agli ingegneri, questi sono bravi ad affrontare questioni tecnologiche, ma qui c'è un problema di comprensione umana, da un lato un aggeggio per copiare i testi su carta, dall'altro le persone che lo dovevano usare, gli impiegati. Quindi il problema non è tecnico, è umano. Pertanto serve qualcuno che affronti la questione di come facciano le persone a capire la fotocopiatrice. Misero in piedi un team di ricerca fatto da sociologi, psicologi,

est laborum. Sed ut perspiciatis unde omnis us error sit voluptatem accusantium que laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences.

dislikes, or avoids pleasure pleasure, but because those who pursue pleasure rationally encounter consequences. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault

con a capo un'antropologa innovativa come **Lucy Suchman**. La Suchman da brava antropologa decise di applicare i metodi dell'antropologia a questo problema, e decise di riprendere con una videocamera quali fossero le azioni – e le frustrazioni – delle persone quando si trovavano davanti lo strano oggetto della fotocopiatrice. Volendo tradurre questa situazione in termini antropologici, la Suchman aveva deciso di applicare la tecnica dell'etnografia per capire la tribù degli utenti della fotocopiatrice e identificare quali fossero le azioni che svolgevano davanti questa macchina. Quello che i video mostrano – liberamente accessibili su YouTube – sono delle persone che sono in grado di posizionare i fogli nella macchina, in fondo la fotocopiatrice usa tecniche fotografiche perciò il modello mentale era quello della macchina fotografica, ma poi non avevano idea quali fossero le procedure successive per attivare la fotocopiatrice perché gli ingegneri avevano avuto l'idea di fare i tasti tutti uguali, come quelli di una calcolatrice o di un telecomando. Dopo aver analizzato diverse ore di riprese video – proprio come si fa quando si studia una tribù sconosciuta – Suchman e collaboratori ebbero l'idea innovativa, un vero e proprio uovo di Colombo: il tasto principale della fotocopiatrice doveva essere enorme, posto al centro della plancia, colorato di verde. **In pratica il tasto doveva urlare “mi devi premere se vuoi fare la copia!”**. Ovviamente l'idea fu un successo, in seguito a quella intuizione adesso noi possiamo avere qualche problema con lo zoom dei fogli o con la pinzatura delle copie, ma non abbiamo alcun dubbio su come attivare la fotocopiatrice. **Grazie al gruppo di ricerca di sociologi e antropologi dello Xerox PARC erano nate tre cose: il pulsante della fotocopiatrice (copiata anche da fax e stampanti), il concetto di interfaccia e il concetto di UX ovvero User Experience.** Non è un caso infatti che il libro del 1987 della Suchman - Plans and situated actions: The Problem of Human-Machine

Communication – sia diventato rapidamente un classico del design e dell'informatica. Cosa ci insegna questa storia? Che le macchine – analogiche o digitali, poco importa – vivono in una dimensione che è profondamente diversa da quella degli esseri umani. Il termine che si usa in filosofia è mondo di vita – *Weltanschauung* – ovvero un concetto che indica una specifica concezione del mondo e del significato che attribuiamo ad esso. **Ludwig Wittgenstein, nelle sue Ricerche Filosofiche, afferma che se un leone potesse parlare, noi non lo capiremmo, perché pur usando la nostra lingua resta sempre un leone, una creatura che esiste in un mondo di vita completamente diverso dal nostro. Se non siete avvezzi alla filosofia, potete sempre usare l'immaginario cinematografico.** Nel film *Arrival* di Denis Villeneuve si narra di una linguista che cerca di capire il linguaggio di una coppia di alieni, ma il problema non è di traduzione – a parola aliena corrisponde parola umana – ma di senso: se l'alieno dice “dovete usare l'attrezzo per capire”, attrezzo può essere reso con utensile, strumento, arma, dispositivo che sono quattro universi di senso differenti, alieni costruttori (utensile), alieni creativi (strumento), alieni bellicosi (arma), alieni progettisti (dispositivo). Gli alieni parlano, noi li traduciamo ma non li capiamo. **Sembra fantascientifico e bizzarro?** Forse non lo è. Avete letto della notizia di quelle intelligenze artificiali di Facebook che hanno sviluppato un linguaggio proprio per poter comunicare? Nel 2017 due bot, software intelligenti, Bob e Alice, sviluppati da Facebook per simulare delle semplici interazioni, durante una serie di esperimenti messi a punto dai ricercatori della popolare piattaforma, hanno cominciato ad interagire sviluppando un linguaggio in maniera autonoma che sulle prime era inglese e poi via via è diventato uno slang che somigliava all'inglese ma che contravveniva a tutte le regole previste

beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur? But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault

dalla lingua. In pratica avevano trovato una via migliore per comprendersi imparando l'uno dall'altro usando l'inglese come riferimento ma “perfezionandolo” rispetto alla propria *Weltanschauung*. D'altra parte perché due macchine dovrebbero usare una lingua umana? Sarebbe come dire che due persone per interagire devono usare il linguaggio macchina (sicuramente non python, troppo vicino alle forme linguistiche umane). Le macchine sono delle tecnologie sviluppate dall'uomo che però l'uomo non comprende fino in fondo, per questo è necessario sviluppare quello che in linguistica si chiama un pidgin, ovvero una lingua semplificata per velocizzare gli scambi (solitamente commerciali) tra due comunità linguistiche che parlano un idioma diverso. **Quando le macchine sviluppavano procedure, il pidgin era l'interfaccia, quando le macchine sono entrate in rete ed hanno usato i big data, il pidgin sono stati le API, adesso che le macchine stanno diventando intelligenti, il pidgin potrebbe essere una neolingua sviluppata in autonomia dall'interazione con questi dispositivi.** Conviene tenere sott'occhio questa evoluzione, perché non è detto che la *Weltanschauung* dell'essere umano resti dominante: non vorremmo che a un certo punto saremo costretti ad imparare la lingua delle IA per poter interagire con loro, giusto? Già dobbiamo fare i conti con la maledizione della torre di Babele, meglio che questa maledizione non diventi computazionale.

“... pidgin ovvero una lingua semplificata per velocizzare gli scambi (solitamente commerciali) tra due comunità linguistiche che parlano un idioma diverso”

Aziende familiari e passaggio generazionale.



ROBERTA DE SIO CESARI
PSICOLOGA E PSICOTERAPEUTA RELAZIONALE



Come si definisce un'impresa familiare

Un'impresa si definisce familiare quando una quota del capitale di rischio, sufficiente a garantire il controllo della medesima, è posseduta da una o più famiglie ed, inoltre, uno o più membri di queste famiglie prestano il proprio lavoro (direttivo o manuale).

Un'impresa familiare ha caratteristiche specifiche che la distinguono dalle altre imprese, come ad esempio, la sua composizione di soci in genere di numero ristretto, i legami forti e radicati tra soci e tra soci e azienda e soprattutto è chiamata ad una sfida evolutiva molto delicata ed importante: il passaggio generazionale.

Generalmente il fondatore di un'azienda familiare connette i valori della famiglia a quelli dell'impresa. Egli mette in piedi, in alcuni casi da zero, una realtà imprenditoriale con la prospettiva di uno sviluppo futuro che vede coinvolti i suoi familiari ed i suoi eredi. Ciò significa che il progetto e le sue realizzazioni sono spesso influenzati dalle aspettative e dai bisogni familiari.

Ma mantenere distinte le dinamiche familiari da quelle aziendali è possibile?

La presenza di un terzo esterno, o potremmo dire "estraneo", alle dinamiche familiari rappresenta spesso quell'ago della bilancia necessario per

differenziare i bisogni economici dell'azienda da quelli familiari e del singolo. Ma relegare nelle mura domestiche le dinamiche di una famiglia e lasciarle fuori dall'azienda è pressoché impossibile. Ciò che i soci possono adoperare è una capacità di consapevolezza e un controllo su tali implicazioni relazionali, facendo prevalere gli obiettivi aziendali.

Come affrontare al meglio il passaggio generazionale

Un'impresa, come una famiglia, vive nel suo naturale ciclo di vita alcuni momenti critici, come ad esempio la riconversione del business e la successione imprenditoriale. Nel caso delle aziende familiari questi momenti possono essere associati al passaggio generazionale: il passaggio del testimone da una generazione ad un'altra.

Il modo con il quale l'azienda affronta il passaggio generazionale, nel caso delle aziende familiari, potrebbe rispecchiare il modello adoperato all'interno della famiglia. Le strutture delle famiglie flessibili, con regole chiare e condivise, si adattano più facilmente al cambiamento e superano con successo i momenti di crisi. Diversamente le famiglie rigide contrastano il "nuovo", lo temono e non si adattano, portando i componenti ad uno stato di disagio.

“
il progetto e le sue realizzazioni sono spesso influenzati dalle aspettative e dai bisogni familiari
”

E alla fine deciderai di pubblicizzarti in questo spazio. Contattaci!

PRIMA DI OGNI ALTRA COSA LEGGERAI QUESTO

POI LEGGERAI QUESTO

Passerai quindi a questo

Trasferire nell'azienda il modello familiare flessibile è un'ottima strategia per un adattamento funzionale al cambiamento.

Diversamente il modello rigido potrebbe ostacolare quell'evoluzione necessaria per l'azienda con inevitabili conseguenze sul piano economico e relazionale.

L'atteggiamento delle due generazioni, genitori e figli o zii e nipoti, è cruciale per una buona riuscita di questa sfida aziendale.

Nella sua poesia "I vostri figli", Khalil Gibran recita:

(...) Potete dare una casa al loro corpo, ma non alla loro anima, perché la loro anima abita la casa dell'avvenire che voi non potete visitare nemmeno nei vostri sogni. Potete sforzarvi di tenere il loro passo, ma non pretendere di renderli simili a voi, perché la vita non torna indietro, né può fermarsi a ieri.

Voi siete l'arco dal quale, come frecce vive, i vostri figli sono lanciati in avanti.

L'Arciere mira al bersaglio sul sentiero dell'infinito e vi tiene tesi con tutto il suo vigore affinché le sue frecce possano andare veloci e lontane.

Per essere "arco", la "vecchia guardia" dovrebbe predisporre a cedere il controllo del tempo

presente e soprattutto futuro dell'azienda ai propri figli, tollerando l'incertezza, la diversità di vedute e prospettive, fidandosi delle loro capacità.

Dal canto loro i figli, per essere "frecce" dovrebbero essere in grado di assumersi rischi e responsabilità, ma anche prendere in dono gli insegnamenti e il valore dell'esperienza ereditati dalla generazione/gestione precedente.

Il passaggio generazionale è dunque un momento particolarmente delicato per le aziende e per le famiglie con risvolti di natura economica e psicologica dei suoi componenti.

Le aziende possono richiedere una consulenza ed un supporto a professionisti Psicologi e Psicoterapeuti per vincere questa sfida.

La consulenza psicologica si pone l'obiettivo di rendere consapevoli quelle implicazioni personali e familiari che condizionano il modo con il quale l'azienda sta affrontando il passaggio generazionale. *Il ruolo dello Psicologo è quello di fare luce sulle criticità, ma al tempo stesso di far emergere quelle risorse delle quali ogni famiglia è dotata.*

“

Le aziende possono richiedere una consulenza ed un supporto a professionisti Psicologi e Psicoterapeuti per vincere questa sfida

”

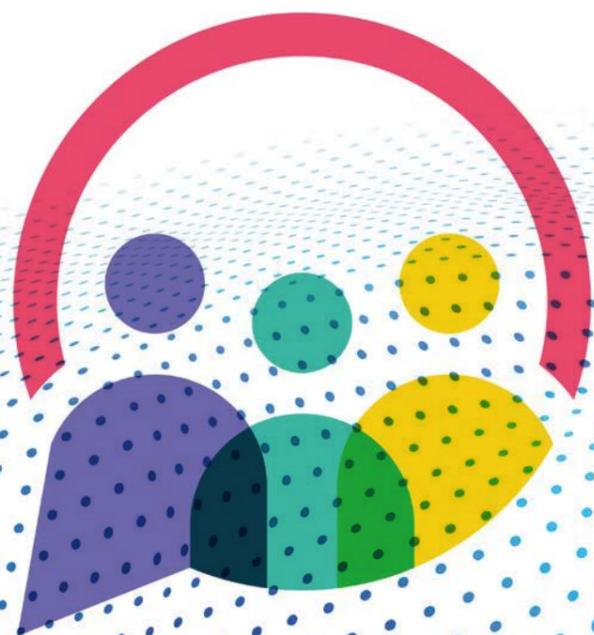
IL POTENZIALE DELLA TECNOLOGIA

BLOCKCHAIN

TI AIUTEREMO A SVILUPPARE PROGETTI CON LE NUOVE TECNOLOGIE.

- SCAMBIO DI VALORE
- VERIFICABILITÀ DEI DATI
- COORDINAMENTO DEI DATI
- PROCESSI AFFIDABILI

 **Basis**
Information Technology



BLOCKCHAIN FOR BUSINESS : negli ultimi anni le aziende che si sono lanciate in progetti con Tecnologia Blockchain sono aumentate sensibilmente.

Riduzione del rischio di perdita o manipolazione dei dati, scambio di denaro in modo sicuro e disintermediato, notorizzazione, processi di business codificati tramite smart-contract, queste sono solo alcune delle possibilità che offre la Tecnologia Blockchain per la crescita del business aziendale.

INSIEME A NOI, PORTA VALORE ALLA TUA AZIENDA CON UN PROGETTO BLOCKCHAIN.



DOORKEEPER
SMART PASS



È ora di dire addio al **vecchio badge!**
Con Doorkeeper la tua azienda diventa smart.

Doorkeeper è il sistema completo per il **controllo degli accessi**,
la **rilevazione delle presenze** e le **comunicazioni con dipendenti**
e **ospiti** della tua azienda.



doorkeeper.it

