

BUSINESS PEOPLE

ECONOMIA • SOCIETÀ • MANAGEMENT • PASSIONI

MULTIMEDIA EDITION

N. 2 - FEBBRAIO 2017 - MENSILE

SVILUPPO

LIBERATE LE
LIBERALIZZAZIONI!

Economia

SENZA EXPORT
NON SI VIVE

PUNTI di VISTA

NON TUTTO
IL TRUMP
VIEN PER NUOCERE

Comunicazione

TELEMARKETING
SENZA FINE

TEAM BUILDING

ARRIVA LA
SVOLTA SOCIALE

AZIENDE

IMPRENDITORI
IN RIPARTENZA

Poldi Pezzoli

SCRIGNO DI
meraviglie

Anniversari

DOXA FA 70

ARTI MARZIALI

CRESCE L'ORIENTE
IN OCCIDENTE

PROTAGONISTI

Guido Castagna

Erika Coppelli

Isabella Dalla Ragione

Adam Grant

*Andy
Murray*

VINCERE è CREDERCI

LA FIDUCIA IN SE STESSI È LA CHIAVE DEL SUCCESSO.

PAROLA DEL **NUMERO UNO**

DEL TENNIS MONDIALE, CHE IN CAMPO

NON REPRIME CERTO LE EMOZIONI:

L'IMPORTANTE È RIMANERE CONCENTRATI

SULL'OBIETTIVO



Tu affronti le sfide del futuro.
Noi facciamo in modo che il tuo
business segua la giusta rotta.

In un contesto di business in rapida evoluzione, per stare al passo sono necessarie soluzioni innovative. Alphabet ti supporta nell'elettrificazione della flotta, nell'introduzione del CarSharing aziendale e nell'adozione di strumenti che facilitano la gestione della mobilità dei tuoi driver. Insieme facciamo strada alla tua azienda per proiettarla nel futuro.

Guidiamo il tuo business. www.alphabet.com/it







MILANO
Via Montenapoleone, 26
La Rinascente - Piazza Duomo, 1

FIRENZE
Via Calimala, 22 R



CORNELIANI
Corneliani



TOMBOLINI

MADE IN ITALY

“Il futuro ha radici antiche”
“Future has ancient roots”

Ernesto Sartori

Zero Gravity

THE FIRST AUTHENTIC CREATION

ALITALIA DIMOSTRA CHE...

N

on so se anche voi avete la mia stessa sensazione, ma più passa il tempo, più mi convinco che la questione Alitalia sia una sorta di nemesi della difficoltà per l'economia italiana di trovare una via reale di sviluppo. Non c'è spazio per ripercorrere qui le tappe della vicenda, mi basti dire però che ritrovarsi oggi dopo anni di esosi salvataggi di Stato e di coinvolgimenti internazionali, con l'ennesimo quesito amletico sul se e come continuare a mantenere a nostre spese

migliaia di dipendenti del vettore ex nazionale, mi sembra una maledizione senza fine. Mi sembra l'assordante sconfitta di chi si riempiva la bocca di salvataggi in virtù di una presunta "italianità d'impresa" (vedi un certo Berlusconi, ma non solo) e di chi moraleggiava che non si potevano lasciare a casa migliaia di dipendenti (vedi i soliti sindacati). Il tutto come se le altre migliaia di aziende, che in questi anni sono state costrette a chiudere baracca e burattini con conseguente licenziamento dei lavoratori, non avessero pari diritto di cittadinanza. Insomma, sarebbe come dire che esistono imprese e lavoratori più italiani di altri. E il guaio è che anche la vicenda Mps si avvia a trasformarsi in un'ulteriore maledizione per le già fin troppo disestate casse pubbliche, perché ancora ai nostri soldi toccherà salvare una banca che manager e politici conniventi hanno trasformato in una trappola per risparmiatori e in una bengodi per scialacquatori compulsivi e ladri in grisaglia. E fin qui pazienza, visto che se dovesse franare il sistema bancario, salterebbe tutto per aria. Ci si augurerebbe almeno che stavolta si facesse però tesoro dell'esperienza di un'altra beneficiata eccellente, l'allora Fiat e oggi Fca, che dopo decenni di foraggiamenti statali ha scoperto la sua anima privatistica riuscendo a trasformare due debolezze, la sua e quella di Chrysler, in una forza. Ma perché ciò fosse possibile è dovuta sbarcare sul suolo statunitense, dove è riuscita a mettersi in gioco in un contesto competitivo dove lo Stato non solo dà (e, quel che è importante, poi chiede indietro) ma soprattutto controlla, affinché le condizioni poste siano rispettate al millimetro. Pena il venir meno dell'appoggio pubblico, nonché la galera per chi se ne approfitta. Qui da noi invece, una volta ricevuti i benefici, manager e azionisti si danno alla bella vita, tanto nessuno gliene chiederà conto, se non alle soglie dell'ennesima crisi, quando si tratterà di rimettere mano al portafogli tricolore. È una condanna. E dire che nel frattempo, in Usa, Fca annuncia investimenti per un miliardo di dollari e relativi duemila nuovi posti di lavoro, anche perché lì non deve fare i conti con il nostro livello di tassazione e la nostra rigidità contrattuale in materia di lavoro... Mica scemo il Marchionne! Insomma, non so se anche voi avete la mia stessa sensazione, ma in tutto ciò c'è qualcosa che non quadra. C'è un aspetto nel nostro ammorbante paternalismo di Stato che ci sta fregando. C'è qualcosa di marcio in questa politica senza attributi, che vuole apparire sensibile mentre è solo ruffiana, perché lascia le imprese sane in balia dei controlli burocratici e quelle malate al riparo di manine compiacenti. Oggi più che mai sono convinto che ci sia qualcosa da aggiustare in un Paese e in un'Europa che, assediati a Oriente dalle Tigri asiatiche e a Occidente dalla ventata liberista degli Usa di Trump e della Brexit, assistono imbambolati come un pachiderma con lo sguardo fisso sul passato.

**C'è un aspetto
nel nostro ammorbante paternalismo
di Stato che ci sta fregando**

Vito Sinopoli



FRATELLI ROSSETTI
UN CERTO MONDO CAMMINA ROSSETTI.

FRATELLIROSSETTI.COM

STIAMO MORENDO DI PUBBLICA (DIS)AMMINISTRAZIONE

V

a bene la crisi e la bolla finanziaria. Capiamo l'evoluzione tecnologica, che distrugge più posti di lavoro di quanti ne crei. Pazienza la globalizzazione e tutto ciò che ne consegue. Siamo rassegnati alla debolezza dell'euro e dell'Europa. Ci siamo fatti una ragione delle turbolenze internazionali legate alla strategia del terrore. E potremmo anche continuare con l'elenco di ciò che non va e che seguita a non marciare. Ma, tra le altre cose, va detto e sottoscritto che stiamo anche e soprattutto morendo di inefficienza (ergo di consunzione), senza alcun segno di ribellione, se non quel diffuso

quanto deleterio moto di populismo senza se e senza ma. Non saranno sfuggiti infatti ai più, i risultati di un recente studio condotto dal Fondo Monetario Internazionale, secondo il quale ogni anno in Italia i costi dell'inefficienza della pubblica amministrazione superano l'importo complessivo di una media manovra finanziaria: ben oltre 30 miliardi di euro. Lo studio tiene conto non solo dei costi manifesti, ma anche di quelli più o meno occulti, relativi alla corruzione e alla "parzialità" nell'erogazione dei servizi che costituiscono altre pesanti zavorre di cui non solo i cittadini, ma anche l'imprenditoria italiana è costretta a farsi carico per sopravvivere. A tal proposito, la sempre benemerita Cgia di Mestre, infatti, ha fatto notare che se la Pa avesse a livello nazionale la stessa qualità media, il nostro pil salirebbe di ben due punti su base annua. Altro

che le anemiche crescite dello 0,0 qualcosa, di cui siamo stati costretti ad accontentarci in tempi recenti, di cui pare dovremmo essere addirittura soddisfatti... Detto questo, lo studio in questione fa notare come all'interno del contesto europeo l'Italia guadagni la posizione 17 su 23, immediatamente dopo Repubblica Ceca, Polonia, Slovacchia e Ungheria, per essere

seguita da Grecia, Croazia, Turchia, Bulgaria, Romania e Serbia. C'è quindi ben poco, pochissimo, anzi nulla di cui stare allegri, anche perché su 206 territori rilevati, ben sette delle nostre regioni – nell'ordine Sardegna, Basilicata, Lazio, Sicilia, Molise, Calabria e Campania – figurano nelle ultime 30 posizioni. A nostro discapito non possiamo neanche accampare la scusa che mancano – come siamo soliti fare per aggirare ogni ostacolo e rimbalzare le responsabilità – le leggi che disciplinano il settore, dato che sono state ben 18 le riforme in materia negli ultimi 25 anni. Per non parlare dell'ultima, la legge Madia, bocciata ignominiosamente dalla Consulta. Quindi, regolamenti e quant'altro esistono, ma come al solito sono disattesi, applicati in modo scorretto, oppure sono talmente tanti e mal scritti da sovrapporsi e contrapporsi tra di loro, annullandosi a vicenda quando non peggiorando (il che accade spesso) la situazione che intendono regolare.

Ritornando quindi al ragionamento iniziale, come Paese siamo certamente costretti a subire nostro malgrado eventi e fenomeni comuni su scala generale e internazionale, ma continuare a non porre rimedio a un problema interno, di cui si ha da tempo consapevolezza, rimane uno dei segni più indelebili e ingiustificabili della nostra incapacità di costituire un livello accettabile di efficienza per i servizi erogati dallo Stato a cittadini e imprese. E a chi sta pensando che comunque sia l'Italia vanta fulgide eccellenze anche in campo pubblico (sanità al Nord, forze dell'ordine, centri di ricerca, istituti universitari, solo per citarne alcune), basterà far notare che è vero, ma che per risalire la china da quel devastante e umiliante 17esimo posto che ci siamo guadagnati in Europa, bisognerebbe trasformare senza indugi tali fulgide ed eccezionali rarità in scontate e banali normalità.

Siamo ingiustificabilmente incapaci di costituire un livello accettabile di efficienza per i servizi erogati dallo Stato

Linda Parrinello

SOMMARIO

febbraio 2017



Foto di copertina: © Gettyimages

N.1
Il tennista
britannico
Andy Murray è
al primo posto
del ranking Atp



INSIDER

15 Fatti e idee dal mondo che cambia
Imaging - Senza rete - Progetto manager - Lavoro - Reputation
& Leadership - Luxury - People - Happiness - Challenge - Start App
- Verba (non) volant

34 COVER STORY

Vincere è crederci

La chiave del successo secondo Andy Murray, il tennista numero uno al mondo

42 SVILUPPO

Liberare le liberalizzazioni

Meno restrizioni aiuterebbero a rilanciare l'economia dell'Italia, ma c'è da superare l'ostruzionismo di centri d'interesse e corporazioni

48 ECONOMIA

L'imprescindibilità dell'export

Ombre di crisi per quello che per anni è stato un salvagente per le nostre pmi. Ma guardare al solo mercato interno potrebbe essere un errore...

52 PUNTI DI VISTA

Non tutto il Trump viene per nuocere

Il Ceo di Export Usa, Muriel Nussbaumer, spiega perché le aziende italiane non devono temere il post Obama

56 MERCATO

Ora si beve premium

Diminuiscono i consumi, ma la qualità è sempre più apprezzata. Il punto su un business sempre più in fermento, quello degli spirits

60 COMUNICAZIONE

Telemarketing punto e a capo

Con poche semplici regole, le promozioni telefoniche, usate male dalle imprese e odiate dai consumatori, potrebbero diventare utili a entrambi

64 IN AZIENDA

La svolta sociale del team building

Addio attività estreme e giochi di squadra: l'ultima tendenza è rendere uniti i collaboratori con servizi utili anche alla comunità

68 WHO CARES?

Su la festa!

Chi vede la propria azienda colare a picco, ora può contare sull'aiuto dell'Associazione San Giuseppe Imprenditore

94 Si può fare
L'impegno della onlus Aut Aut di Modena, che si propone di dare un futuro ai ragazzi che soffrono di autismo

72 CULTURA

La casa delle meraviglie

Alla scoperta degli straordinari capolavori del Poldi Pezzoli di Milano

100 Irresistibile Déco
A Forlì va in scena il meglio della creatività italiana degli anni '20

STILE

104 Le tendenze sono out
La moda secondo il look maker Diego Dalla Palma

108 Profondo blu
L'omaggio di Ulysse Nardin e Patek Philippe al colore degli abissi

76 ANNIVERSARI

Doxa fa 70

Passato, presente e futuro della prima società indipendente italiana di ricerche e sondaggi



PAOLONI.IT

PAOLONI



80 PASSIONI

Dall'Oriente con furore

Origini ed evoluzione delle arti marziali: dopo aver incantato l'Occidente, si preparano a conquistare più spazio alle Olimpiadi

86 Adrenalina 10 e lode

Dal salto nel vuoto alla caccia ai tornadi: avventure estreme che ognuno dovrebbe provare almeno una volta nella vita

116 Questione di spazio

Alcuni consigli per destreggiarsi in una giungla digitale fatta di file da archiviare e dispositivi sempre più numerosi da riporre

128 L'editoria è femmina

Thriller, saggi e romanzi che dimostrano come, almeno in campo letterario, le donne abbiano raggiunto le pari opportunità

ECCELLENZE

92 Il mago del cioccolato

La ricetta che ha permesso a Guido Castagna di diventare un campione mondiale del settore

PROTAGONISTI

96 Originali si diventa

Avete avuto un'idea brillante, ma non sapete come procedere? Il segreto è nell'ultimo libro di Adam Grant

98 A caccia di frutti

Il museo a cielo aperto di Isabella Dalla Ragione, un patrimonio naturale andato dimenticato con l'avvento dell'agricoltura industriale

MOTORI

110 Sognando Las Vegas

Tutte le novità hi tech sul fronte delle quattro ruote, presentate al recente Consumer Electronic Show in Colorado

113 Dettagli di classe

Il carattere unico della Triumph Bonneville Bobber

GOLF

118 Green, barocco e cioccolato

La Sicilia è la regione ideale per chi vuole affiancare alla passione sportiva cultura e buona cucina

GUSTO

122 Cina autentica

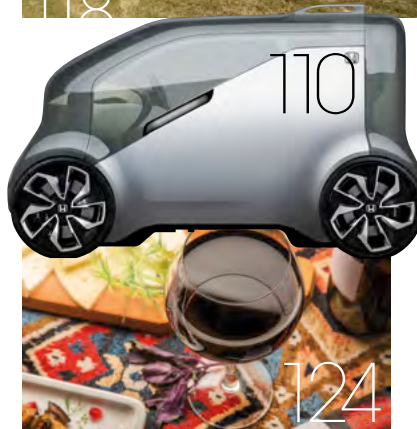
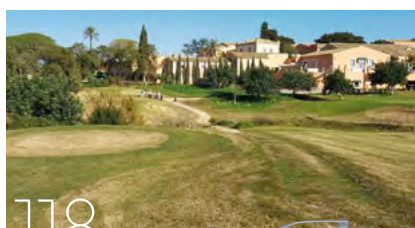
Bon Wei e Dim Sum: due ristoranti, due declinazioni della vera cucina orientale nel centro di Milano

124 Alla fonte del vino

Le bottiglie più interessanti provenienti dalla Georgia, dove il nettare di Bacco ha visto la luce

126 SPETTACOLI

Gli appuntamenti da non perdere tra cinema, musica e teatro



VIDEO



LINK



GALLERY



EXTRA

CI SONO TANTI MODI PER LEGGERE **BUSINESS PEOPLE**. SCEGLI IL TUO

Business People è anche in versione digitale. Si può scaricare per leggerlo comodamente su Pc o Mac oppure avere il piacere di sfogliarlo in versione multimediale sui device Apple e Android.

La lettura diventa così un viaggio interattivo tra clip, video, photogallery e link. E per essere sempre puntualmente informati basta andare sul sito www.businesspeople.it



SEGUICI ANCHE
SU FACEBOOK, TWITTER
E GOOGLE PLUS



Direttore responsabile
Vito Sinopoli

Direttore editoriale
Linda Parrinello

Direttore creativo
Elisa Losagni

Redazione
Cecilia Lulli (clulli@e-duesse.it)
Matteo T. Mombelli (mmombelli@e-duesse.it)
Francesco Perugini (fperugini@e-duesse.it)

Redazione grafica
Alda Pedrazzini (caposervizio)
Fabio Merenda, Luca Negri

Hanno collaborato a questo numero

Francesca Amé, Alessio Artemi, Nicole Berti di Carimate,
Christian Benna, Giovanni Bucchi, Guido Carella, Marco
Cobianchi, Gianluca Colantoni, Francesca D'Angelo,
Marilena Del Fatti, Pietro Della Lucia, Dario Donadoni,
Andrea Gori, Emidia Melideo, Tommaso Moreni,
Andrea Nicoletti, Paolo Paglianti, Cristina Penzo, Mark Perna,
Andrea Telara

Coordinamento tecnico
Alessandra Bernocchi
Valentina Petrus

Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati di
uso redazionale è il direttore responsabile a cui, presso il Servizio
Abbonamenti, Via Donatello 5/b - 20131 Milano, Tel. 02.277961, fax
02.27796300 ci si può rivolgere
per i diritti previsti dal D.Lgs. 196/03

Traffico

Antonella Barisone - Tel. 02.27796408 (abarisone@e-duesse.it)
Paola Lorusso - Tel. 02.27796401 (plorusso@e-duesse.it)

Publicazione mensile 12 numeri l'anno.

Prezzo di una copia 4,50 euro.

Arretrati 10,00 euro + spese postali. Reg. Trib. di Milano n. 238
del 10/04/2006. Iscrizione nel Registro Nazionale della Stampa
n. 9380 del 11/04/2001 ROC n. 6794

Fotolito: Target Color, Via Cassano d'Adda 13, 20139 Milano

Stampa: NIIAG, Bergamo

Per l'Italia: distribuzione SO.DI.P. "Angelo Patuzzi" SpA, Via Bettola 18,
20092 Cinisello Balsamo (MI) - Tel. 02.660301 Fax 02.66030320

Informativa ex D. Lgs. n. 196/03 - Editoriale Duesse S.p.A. Titolare del
trattamento tratta i dati personali liberamente conferiti per fornire i
servizi indicati. Per i diritti di cui all'art. 7 del D.Lgs. n. 196/03 e per
l'elenco di tutti i Responsabili del trattamento rivolgersi al
Responsabile del trattamento, che è il Responsabile Abbonamenti
presso Editoriale Duesse S.p.A. Via Donatello 5/b - 20131 Milano.

I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli
abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere
comunicati e a società esterne per le spedizioni della rivista e per
l'invio di materiale promozionale.

Copyright

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere
riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi
elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta
dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non
vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright
delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato
possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare
eventuali spettanze.

EDITORIALE DUESSE S.p.A.

Via Donatello 5/B - 20131 Milano Tel. 02.277961
Fax 02.27796300 www.e-duesse.it

Amministratore Unico

Vito Sinopoli

Numero chiuso in redazione il 26/01/2017

ANES
ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA PERIODICA SPECIALIZZATA

CONFINDUSTRIA
ASSOCIATA AL SISTEMA
CONFINDUSTRIA

Scopri tutte le offerte di abbonamento su
<http://abbonamenti.e-duesse.it>

Per info: Ufficio Abbonamenti
Tel. 02.27796223

Mail: serviziobbonamenti@e-duesse.it



STAMPATO SU CARTA PRODOTTA CON CELLULOSE
SENZA CLORO GAS PROVENIENTI DA FORESTE CONTROLLATE
E CERTIFICATE, NEL RISPETTO
DELLE NORMATIVE ECOLOGICHE VIGENTI



PIQUADRO

TECH INSIDE

CONNECT
YOUR BACKPACK



www.piquadro.com





MASSIMO REBECCHI

INSIDER

FATTI E IDEE DAL MONDO CHE CAMBIA

© Images courtesy of Lucas Museum of Narrative Art (2)



LA FORZA SCORRE A LOS ANGELES

Dall'esterno la struttura disegnata dall'archistar cinese Ma Yansong ricorda il profilo di una nave spaziale. Ma il Lucas Museum of Narrative Art non si limiterà a celebrare l'epopea di *Star Wars*. Quello che verrà inaugurato nel 2021, con un investimento da un miliardo di dollari da parte del regista George Lucas e della moglie Mellody Hobson, sarà un museo non profit unico nel suo genere, dedicato all'arte narrativa in tutte le sue forme ed epoche, fonte d'ispirazione per le generazioni future. Al suo interno (oltre 80 mila mq di spazio) il frutto della passione da collezionista di Lucas: circa 40 mila dipinti che superano il valore di 400 milioni di dollari, anfore del 520 a.C.; fotografie di Gordon Parks, i primi schizzi che E.H. Shepard realizzò di Winnie The Pooh, sculture di Hiorshi Sugimoto, recensioni di film, storyboard e, naturalmente, i cimeli di *Star Wars*, tra cui la maschera di Darth Vader. Un mix di generi e opere fortemente voluto per evitare distinzioni tra cultura alta e popolare. Il museo sorgerà a Los Angeles, città che ha battuto la concorrenza di San Francisco, nei pressi di quell'University of Southern California dove Lucas studiò cinematografia.



L'EREDITÀ DI LUCAS

Il museo voluto da George Lucas sarà fonte d'ispirazione per le nuove generazioni



LUCASMUSEUM.ORG



ICONE D'IMPRESA

CI SONO OGGETTI MUTI E DIMENTICATI, ALTRI INVECE RACCONTANO STORIE. EDITO DA CAROCCI, IL LIBRO *ICONE D'IMPRESA* RACCONTA DI QUELLI CHE HANNO FATTO GRANDE L'INDUSTRIA ITALIANA E DATO FORMA AL NOSTRO FUTURO. QUI TROVATE UNA PICCOLA ANTEPRIMA



SOTTO I RIFLETTORI

SONO 18 GLI ITALIANI CHE, SECONDO L'AMERICANO *FORBES*, HANNO TUTTE LE CARTE IN REGOLA PER CONTRIBUIRE AL CAMBIAMENTO DELL'EUROPA. INTANTO, UNA CLASSIFICA CHE SI BASA SULLA RETE, PRESENTA QUALI SONO I MANAGER ITALIANI CON LA REPUTAZIONE MIGLIORE



SIATE FELICI

DOPO ANNI DI RICERCHE, NASCE UN NUOVO METODO PER RITROVARE SE STESSI E L'ARMONIA INTERIORE PERDUTA. ANCHE PERCHÉ, NONOSTANTE IL PEGGIORAMENTO DELLE PREVISIONI ECONOMICHE, TRA GLI ITALIANI MIGLIORA L'INDICE DI FELICITÀ



ITALIA DI VALORE

NEL NOSTRO PAESE C'È UN SETTORE CHE CRESCE PIÙ DEL PIL, OCCUPA OLTRE UN MILIONE DI PERSONE E VALE QUASI 50 MILIARDI DI EURO. MA POTREBBE VALERE MOLTO, MOLTO DI PIÙ. NUMERI, MINACCE E OPPORTUNITÀ PER L'INDUSTRIA CREATIVA E CULTURALE TRICOLORA

1



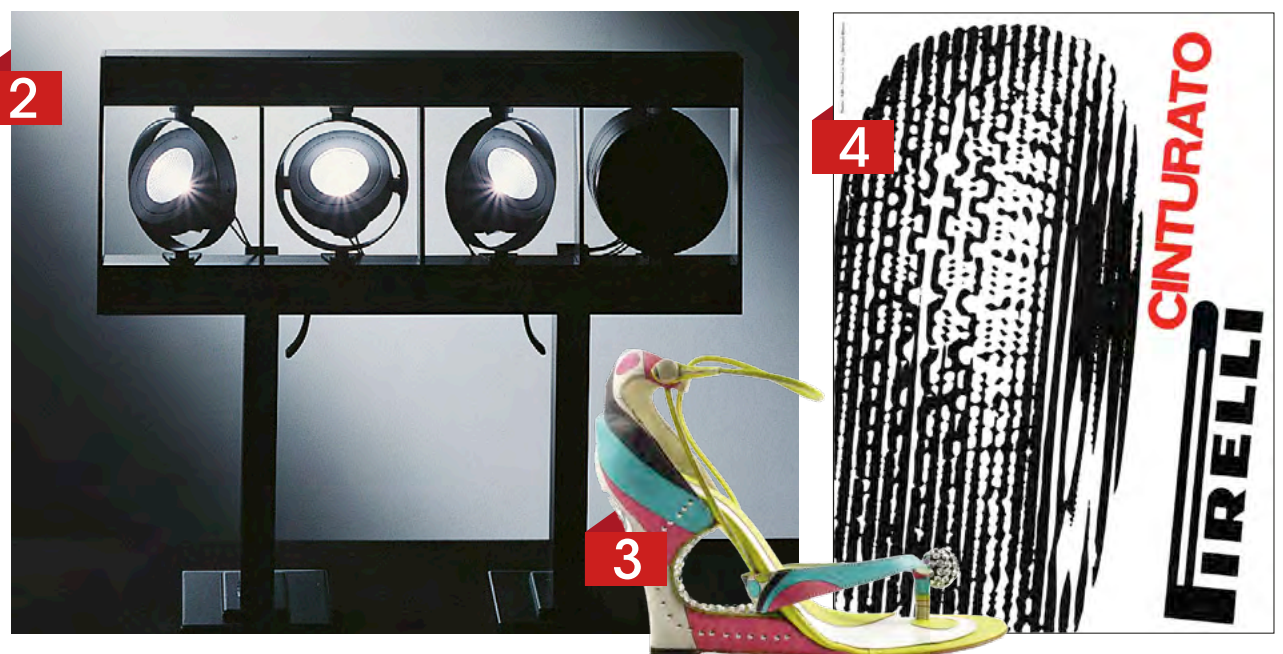
- 1) La Lancia Astura messa a punto per la Mille Miglia (1938);
 2) Il cestello, strumento di illuminazione a scomparsa, di Gae Aulenti e Piero Castiglioni (1988);
 3) Sandalo zeppa disegnato da Christian Lacroix per Emilio Pucci (2003);
 4) Pubblicità del Cinturato Pirelli di Bob Noorda (1959);
 5) Campagna stampa Martini di Ravinale (1950);
 6) Una copertina di "Sprazzi e Bagliori" la rivista aziendale di Magneti Marelli, con disegni di Noëlqui (1926)

FORME SENZA TEMPO

TANTE PICCOLE STORIE DI OGGETTI DI USO COMUNE CHE HANNO FATTO GRANDE L'INDUSTRIA ITALIANA E DATO FORMA AL NOSTRO FUTURO

Ci sono oggetti muti, dimenticati, cimeli di epoche passate. E ci sono oggetti che raccontano storie. Si presenta così *Icone d'impresa* (Carocci editore, 256 pag., 24 euro) uno straordinario viaggio tra quelle invenzioni che hanno fatto grande l'industria italiana. Tra le pagine redatte da Francesca Molteni con la collaborazione dei curatori degli archivi dei musei aziendali, si alternano, secondo una linea temporale, l'avventura di tante imprese, di fabbriche, architetti, imprenditori e artigiani che, insieme, raccontano la grande realtà del Made in Italy, imitato e

invidiato in tutto il mondo. All'interno del saggio ogni azienda trova spazio attraverso il suo oggetto-icona più rappresentativo, il più antico, il più venduto, il più curioso: un simbolo come il primo modello di Vespa o la bottiglietta in vetro del Camparisoda; l'indimenticabile scatola di liquirizie Amarelli o lo pneumatico Pirelli. Oggetti di uso comune, accessibili a tutti, provenienti dai settori più disparati, ma uniti da una caratteristica: sono figli di quel "fare impresa" fatto di grandi visioni o di piccoli traguardi, di rischi, sacrifici e fortuna che hanno reso grande l'Italia.



5



10

ovunque



"un cimbalino"

crema caffè



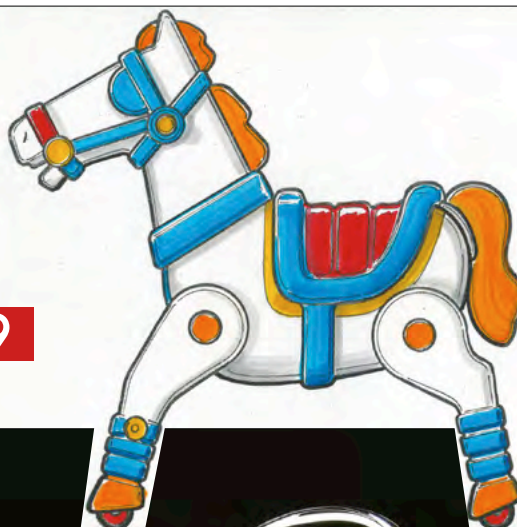
ERRATA CORRIGE

Sul numero di *Business People* gennaio, a pag. 53, articolo *La lezione di Caprotti*, è stato scritto che Luca Garavoglia ha assunto la presidenza di Campari nel 1944 anziché nel 1994. Ci scusiamo con i lettori e il diretto interessato.

6



9



8



11



12



- 7) Il primo modello della Vespa 98 di Corradino D'Ascanio (1946);
- 8) La poltrona Louis Ghost firmata da Philippe Starck per Kartell (2002);
- 9) Il cavallo giocattolo Chicco Rodeo (1986);
- 10) Una pubblicità dell'iconico "cimbalino";
- 11) Una confezione in metallo delle liquirizie Amareline (1946);
- 12) La bottiglietta del Camparisoda, primo drink "monodose" disegnata da Fortunato Depero nel 1932

MARCO COBIANCHI



Giornalista economico, Cobianchi è autore dei libri *Bluff*, *Mani bucate* e *Nati corrotti*. Ideatore della Web serie *#Truenumbers* (www.truenumbers.tv), è stato autore e conduttore su Rai 2 del programma *Num3r1*

LIBERALIZZIAMO L'USO DEI VOUCHER

Ok, si andrà a votare per decidere se mantenere o abolire i voucher.

Io non sono né per l'una né per l'altra opzione. Io sono per liberalizzarne completamente l'uso. Senza limiti temporali, spaziali ed economici. Sono per eliminare il limite dei 7 mila euro che un lavoratore può incassare da un buono lavoro in un anno

e sono per raddoppiare (come minimo) quanto un'impresa può versare in voucher a un singolo lavoratore, portandolo da 2 mila a 4 mila euro l'anno. E sono per raddoppiarne il valore di ogni singolo buono portandolo a 20 euro (come minimo) e sono per far compartecipare il datore del lavoro ai versamenti ai fini pensionistici, versamenti

che attualmente ricadono per intero sul lavoratore. Quindi, non essendoci la mia opzione sulla scheda del referendum, ovviamente, non andrò a votare.

E, per convincervi a fare come me, è utile mettere in fila alcuni numeri. La narrazione corrente afferma che si è abusato dei voucher. Allora: nel 2015 (anno rispetto al quale abbiamo tutti i dati) sono stati comprati 1 milione 150 mila buoni (1 milione 450 mila nel 2016).

Troppi? Troppi rispetto a cosa? Il valore di 1 milione e 150 mila voucher è di 1 miliardo 150 milioni di euro, mentre il valore di tutti i redditi che ogni anno le imprese versano ai propri dipendenti è di 650 miliardi di euro. Un miliardo 150 milioni rispetto a 650 miliardi. Ma di cosa stiamo parlando?

Gli italiani che nel 2015 hanno incassato almeno un voucher sono 1 milione 380 mila.

Troppi. Troppi rispetto a cosa? Gli italiani occupati sono 23 milioni 700 mila. Mediamente ogni lavoratore che ha incassato voucher ne ha incassati circa 38, pari a 380 euro lordi in un anno. Ma di cosa stiamo parlando?

Il lavoro nero, in Italia, vale 24 miliardi di euro e, a causa della diffusione di questo fenomeno, lo Stato perde ogni anno circa 3,9 miliardi per i mancati versamenti Irpef. Se si vuole combattere il lavoro nero di strada da fare ce n'è ancora moltissima e non saranno un milione e mezzo di buoni a risolvere il problema, ne servono decine di milioni.

Ecco perché non andrò a votare. Perché le obiezioni della Cgil alla liberalizzazione ancora più spinta dei voucher sono talmente risibili, contraddittorie e ipocrite che non meritano nemmeno la mia fatica di fare una crocetta sul No.

SERVIREBBERO DECINE DI MILIONI DI BUONI PER RISOLVERE IL PROBLEMA DEL LAVORO NERO



Susanna Camusso, segretario generale della Cgil, sindacato che ha proposto il referendum abrogativo

© Gettyimages



CARLO PIGNATELLI

SARTORIAL WEDDING

www.carlopignatelli.com



GUIDO CARELLA

Carella è presidente di Manageritalia, la federazione nazionale dei dirigenti, quadri e professionali di commercio, trasporti, turismo, servizi e terziario avanzato. L'associazione rappresenta in tutto il Paese circa 35.500 professionisti

A.A.A. CERCASI CLASSE DIRIGENTE

Mai come in questo periodo la politica e la società italiana hanno evidenziato una così forte carenza di classe dirigente e, quindi, l'incapacità di farne crescere di nuova. Un problema che esplode oggi, ma che è figlio dell'Italia degli ultimi 30 o 40 anni. Certo il tema emerge con forza a livello politico, dove passano gli anni e i governi, ma sono quasi sempre in campo gli stessi attori. Matteo Renzi è forse l'unica vera novità nata all'interno del sistema politico tradizionale. I 5 stelle lo sono, ma nel modo più rivoluzionario, perché nati per contrapporsi a esso.

Nei fatti questa carenza di classe dirigente, non solo di singoli leader, riguarda tutta la politica e tutti i partiti, non solo quelli nuovi o rinnovati. Circostanza che emerge con forza a livello nazionale e locale e si esprime con la mancanza di vere possibilità di ricambio e/o di ingresso di nuove forze. Che fare? Il problema dei partiti è sicuramente quello di non avere più scuole e percorsi che, come avveniva un tempo, siano palestre e programmi virtuosi per partecipare, formarsi e arrivare, nel caso, a ruoli sempre più alti. Su questo incide anche il sempre minor dialogo che la politica e i partiti hanno con il resto della società, se non per fini meramente utilitaristici da entrambe le parti.

La politica, invece, ha bisogno di contaminarsi con la società e viceversa, proprio per capire e indirizzare una vita dove tutto è sempre più mutevole, rapido e diffuso. Questo scarso dialogo è di certo dovuto alla classe dirigente, ma anche a una società civile che spesso è sorda alla richiesta di aiuto, salvo poi lamentarsi quando le cose non vanno. Pensare quanto anche da noi servirebbe quel senso di *civil servant* che, in quasi tutti gli altri Paesi sviluppati, porta cittadini con professionalità elevate in vari campi a "prestare", anche per periodi limitati, le loro competenze al buon governo della comunità.

Questo oggi in Italia non riescono



©iStockphoto/vm

DOBBIAMO VALUTARE TUTTI SE E COME
POSSIAMO DARE UNA MANO,
OFFRENDO LA NOSTRA PROFESSIONALITÀ

a farlo i partiti nuovi e vecchi. I professionisti della società civile disposti a "sporcarsi le mani" facendo politica sono quelli che lo fanno già da anni e non sempre "disinteressatamente". Certo il problema delle classi dirigenti lo abbiamo anche fuori dalla politica, seppure a livelli meno macroscopici. Non c'è dubbio: anche in ambito economico e sociale, pubblico e privato, bisogna migliorare e innovare i percorsi che portano a individuare e far crescere le classi dirigenti. Bisogna smetterla con le cooptazioni e gli "amici", vecchio vizio soprattutto della politica, e far prevalere il merito. Basta con la fedeltà, guardiamo a cultura e capacità di innovare. Certo, ci vogliono percorsi giusti e coerenti per arrivare ai "piani alti", bisogna, col tempo, conoscere e conquistare la fiducia dei sistemi. Ci vuole competenza, ma anche cultura. In un mondo sempre più globale e mutevole, la cultura è determinante. Deve essere classica, ma anche

moderna. Oggi, per esempio, serve avere anche un minimo di conoscenza e di cultura digitale. Ecco, da qui dobbiamo ripartire a trovare modi per costruire in fretta le nuove classi dirigenti. Deve farlo la politica, i partiti devono attivarsi, ma noi li dobbiamo aiutare. Dobbiamo valutare più seriamente tutti se e come possiamo dare una mano alla comunità offrendo la nostra professionalità, le nostre idee e il nostro contributo. I casi di Carlo Calenda al ministero dello Sviluppo economico e di Diego Piacentini all'Agenzia digitale, sono solo alcuni recenti esempi virtuosi. Così e in tanti altri modi può e deve esprimersi il contributo della società civile e dei tanto vituperati corpi intermedi. Oggi tutti – media, associazioni, movimenti ecc. – dobbiamo contribuire, abbandonando un atteggiamento troppo spesso corporativo, e fornire stimoli e materiale per costruire il futuro del Paese.

Professioni emergenti

La digitalizzazione e l'innovazione tecnologica, oltre al crescente numero di dati disponibili e alla conseguente capacità di gestirli. Sono i trend che guideranno il mercato del lavoro in Italia nel 2017 secondo Kelly Services, società specializzata nei servizi per le risorse umane, che ha delineato le professioni più richieste nel corso dei prossimi mesi, soprattutto all'interno delle grandi aziende. Dopo l'elevata domanda registrata lo scorso anno, nel 2017 si confermerà l'alta richiesta di Supply Chain Manager, il cui range retributivo può superare anche i 100 mila euro l'anno. Aziende a caccia anche di analisti ed esperti di Business Intelligence, oltre che di IT Security Manager in grado di salvaguardare la società dai crimini informatici. Le vendite restano vitali per le imprese e anche per questo i manager dell'Area Sales andranno a ruba, così come i Senior Consultant, in grado di offrire alle aziende una visione interfunzionale e interaziendale delle problematiche amministrative, finanziarie e di controllo. A proposito, anche i Controller, saranno tra i più ricercati. Figure strategiche, con competenze nella contabilità analitica e con una predisposizione a budget e forecast. In generale, sottolineano gli esperti di Kelly Services, gli italiani dovranno abituarsi sempre più a forme di lavoro flessibili, consulenze, temporary management e microimprenditorialità. L'era del posto fisso è al tramonto.



MI DIMETTO, MA CON STILE!

QUANDO SI LASCIA UN'AZIENDA È SEMPRE CONSIGLIABILE SEGUIRE UNA BUONA PRASSI... ECCO CINQUE REGOLE D'ORO

State per dimettervi perché non ne potete più del vostro capo? Non mandatelo a quel paese. Lasciate un buon ricordo, la vita è strana e non si sa mai dove e con chi lavoreremo nei prossimi anni. Senza dimenticare che altre aziende potrebbero chiedere delle referenze... Meglio fissare un incontro con la dirigenza e comunicare la vostra volontà per gestire con la massima professionalità il passaggio di consegne e ritagliarsi qualche minuto per i saluti. A seguire alcune delle cinque regole d'oro stilate da Hays per lasciare il lavoro.



1

Parla con il tuo capo

È fondamentale essere corretti e lasciarsi in buoni rapporti. Perciò, prima di presentare la lettera ufficiale – ancor prima di condividere la notizia con i colleghi (o, peggio, postarla sui social network) – parla con il tuo capo. Durante il colloquio, motivare la decisione e dichiararsi disponibile a effettuare un passaggio di consegne con chi ti sostituirà.



2

Notifica le dimissioni

L'incontro con il capo rappresenta anche l'occasione per concordare l'ultimo giorno di lavoro, per poi procedere con la notifica delle dimissioni, che dovranno essere presentate online come previsto dalla legge. Ricorda che la lettera è fondamentale nel processo di licenziamento, poiché ha valenza legale e mette per iscritto le tue intenzioni: prima di compilarla verifica il periodo di preavviso da dare.



3

Mantieni un atteggiamento professionale

Una volta annunciate le dimissioni, è bene prepararsi all'eventualità che l'ultimo periodo

di lavoro possa rivelarsi stressante. Anche se hai la testa sul nuovo impiego, occorre infatti portare a termine tutti i progetti in essere e impegnarsi al massimo per agevolare il passaggio di consegne, spiegando tutto lo storico e aiutando a risolvere eventuali dubbi. Se non lascerai nulla al caso e monitorerai attentamente questo momento di transizione, sarai ricordato per la tua professionalità ed elogiato per preparazione e competenza.



4

Non lasciarti andare a giudizi negativi

Essere dimissionari non autorizza a "togliersi i sassolini dalle scarpe" sfogandosi sulle mancanze di colleghi, capi o clienti. Quindi, anche se sei felice di lasciare l'azienda, non darlo a vedere pubblicamente: da un lato, per rispetto nei confronti dei colleghi che resteranno; dall'altro, perché potresti tornarci a lavorare dopo anni, magari ricoprendo un'altra posizione con maggiori responsabilità.



5

E quando arriva l'ultimo giorno...

Tieni a mente che dovrai lasciare l'azienda nel modo più cortese e amichevole possibile: prenditi del tempo per salutare i colleghi, impegnandoti a voler rimanere in contatto con loro, e ritagliati qualche minuto per l'ultimo confronto con il tuo capo, dimostrandoti grato per tutto ciò che ha saputo insegnarti negli anni. Solitamente, è buona abitudine mandare una email di ringraziamento a tutto l'ufficio, dove lasciare i propri recapiti personali o - anche - organizzare un pranzo o un aperitivo per congedarsi in modo meno formale.



GLI UNDER 30 CHE HANNO CONQUISTATO FORBES

SONO 18 GLI ITALIANI TRA I 300 GIOVANI TALENTI SELEZIONATI DAL MAGAZINE AMERICANO: «SUPERSTAR CHE CAMBIERANNO L'EUROPA NEI PROSSIMI 50 ANNI»

Ci sono Saverio Murgia e Luca Nardelli, giovani menti che hanno fondato Eyra, società in grado di sfruttare l'intelligenza artificiale per realizzare dispositivi utili a migliorare la vita di non vedenti o persone con problemi alla vista; ma anche Filippo Jacob, bergamasco trapiantato a Londra, che con l'amico Matteo Loglio, ha dato vita a Cubetto, robot in legno che insegna ai bambini il linguaggio della programmazione raccogliendo su Kickstarter la cifra record di 1,5 milioni di dollari. Ha sedotto la Silicon Valley (e non solo) Vito Margiotta, che con la sua Snapp permette di creare applicazioni direttamente dallo smartphone. Di chi stiamo parlando? Di alcuni tra gli italiani under 30 più promettenti nel panorama europeo, tra i 300 giovani talenti segnalati da *Forbes* nella sua 30 under 30 Europe. «Si tratta di 300 superstar», sottolinea il direttore della rivista Randall Lane, «che contribuiranno a cambiare l'Europa nei prossimi 50 anni».

Sono 18 i “nostri” under 30 segnalati dal mensile statunitense; di questi ben sei figurano nella categoria *Arts*. Tra loro c'è, Beatrice Bongiasca, milanese di 26 anni fondatrice dell'omonimo marchio di gioielli, la fotografa Federica Dell'Orso, l'illustratore Gio Pastori, gli chef Isabella Benedetta Poti e Alberto Sanna nonché l'architetto Edoardo Tresoldi, le cui sculture di reti metalliche sono apprezzate in tutto il mondo. Claudio Lisco, 29 anni, è oggi manager di Ubs Fintech ed è l'unico italiano nella categoria *Finance*; così come l'ingegnere aerospaziale Chiara Cocchiara, unica europea a far parte del programma che simula la vita su Marte, rappresenta il nostro Paese alla voce *Industry*. Diego Cimino, Federica D'Alessandra e Alessia Forti sono tra i più promettenti nella categoria *Law & Policy*; mentre Francesco Maria Galassi e Christian Salvatore portano il tricolore nella categoria *Science & Healthcare*. Due gli italiani anche nel settore *Technology*. Accanto al già citato Vito Margiotta, Luca Todesco: a soli 19 anni ha violato l'impenetrabile muro di sicurezza dell'iPhone, conquistando l'attenzione di Apple che lo ha già reclutato per cercare altri “bug” all'interno del suo sistema operativo.

Info: forbes.com/30-under-30-europe-2017

{ BEN SEI RAPPRESENTANTI DEL BELPAESE FIGURANO NELLA CATEGORIA *ARTS*, MENTRE UN SOLO NOME COMPARE NELLE AREE *FINANCE* E *INDUSTRY* }

Da seguire



ARTS

Beatrice Bongiasca
Federica Dall'Orso
Gio Pastori
Isabella Benedetta Poti
Alberto Sanna
Edoardo Tresoldi



FINANCE

Claudio Lisco
Industry:
Chiara Cocchiara



LAW & POLICY

Alessia Forti
Diego Cimino
Federica D'Alessandra



SCIENCE & HEALTHCARE

Francesco Maria Galassi
Christian Salvatore



SOCIAL ENTREPRENEURS

Saverio Murgia
Luca Nardelli
Filippo Jacob



TECHNOLOGY

Vito Margiotta
Luca Todesco



QUELLA BANCA DATI NON S'HA DA FARE

No del Garante privacy alla banca dati online della reputazione. L'Autorità ha espresso forti dubbi sul progetto europeo per la misurazione del "rating reputazionale", messo a punto dalla Mevalute holding e che permette di misurare l'affidabilità delle persone in campo economico e professionale. Il Garante ha ritenuto che il sistema comporti problematiche per la privacy a causa della delicatezza delle informazioni che si vorrebbero utilizzare (caricate dagli utenti e recuperate online), del pervasivo impatto sugli interessati e delle modalità di trattamento che la società intende mettere in atto. È la fine di una banca dati sulla reputazione? Non secondo l'Associazione Mevalute Onlus, che ha sottolineato come il provvedimento del Garante riguardi le sole persone fisiche, mentre il potenziale dell'infrastruttura digitale resta operativo per le persone giuridiche. «Nutriamo la fondata certezza che le valutazioni poste a base del provvedimento siano assolutamente superabili», si scrive dall'associazione. «Per questa ragione i nostri legali sono già al lavoro per stendere il ricorso che intendiamo presentare al fine di tutelare un'iniziativa innovativa, originale, rispettosa della dignità umana; anzi che intende esaltare i valori della fiducia e della solidarietà senza i quali non c'è vera dignità».

CAIRO AL TOP, INSEGUE RECCHI

L'EDITORE AL PRIMO POSTO NELLA CLASSIFICA DI REPUTATION MANAGER ANCHE GRAZIE AL SUO TORINO. TORNA SUL PODIO SERGIO MARCHIONNE, PERDE POSIZIONI MARINA BERLUSCONI

Urban Cairo rimane in testa alla classifica di Reputation Manager, graduatoria realizzata in base a quattro macro-aree: immagine percepita online, presenza enciclopedica su Wikipedia, presenza sui canali Web 1.0 (news e menzioni) e su quelli 2.0 (blog e social network). L'editore e presidente del Torino calcio mantiene il comando con un punteggio di 74,1 su 100; alle sue spalle Giuseppe Recchi (Telecom Italia), che guadagna una posizione; e Sergio Marchionne (Fca) che torna sul podio. In crescita Francesco Caio, a.d.

di Poste Italiane, che sale di ben sei posizioni, piazzandosi il settimo posto con un punteggio di 54,2 (+8,23). Bene anche Francesco Starace, amministratore delegato di Enel, che

A DEFINIRE LA GRADUATORIA SONO L'IMMAGINE PERCEPITA ONLINE E LA PRESENZA SU WIKIPEDIA, NEWS, BLOG E SOCIAL NETWORK

risale al nono posto (50,6). Perdono quattro posizioni sia Marco Tronchetti Provera (11esimo) che Marina Berlusconi (13esima), a causa dello scarso volume di contenuti rilevanti a loro associati, rispetto alle classifiche precedenti e ad altri manager.

LA TOP 5

Dominano
le telecomunicazioni

Urbano Cairo
CAIRO COMMUNICATION
LA7

74,1

Giuseppe Recchi
TELECOM ITALIA

68

Sergio Marchionne
FIAT

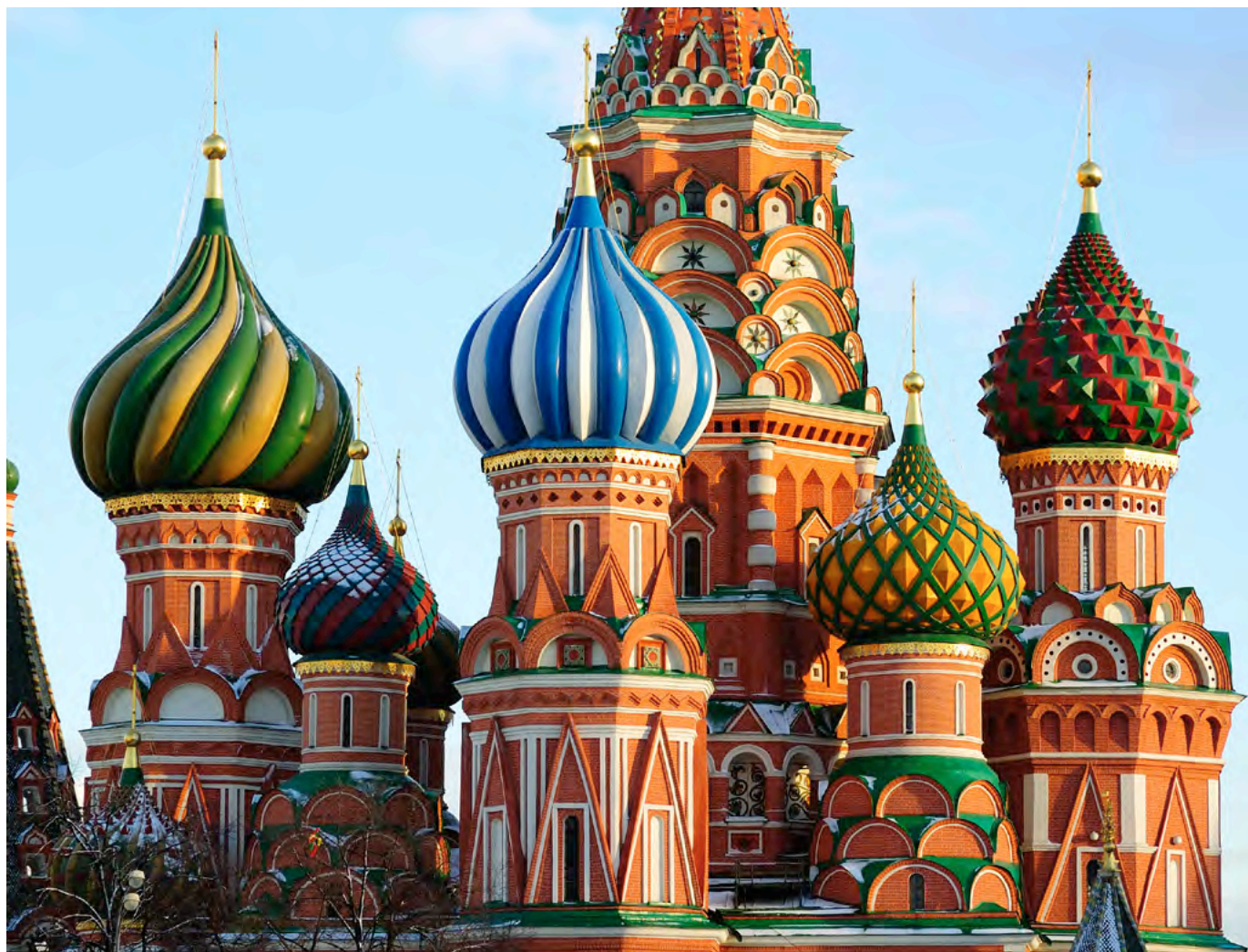
67,9

Claudio Descalzi
ENI

65,2

Flavio Cattaneo
TELECOM ITALIA

61,8



IL RITORNO DEGLI ZAR

FATTORI MACROECONOMICI E POLITICI STAREBBERO PER DETERMINARE UN'INVERSIONE DI TENDENZA: I CITTADINI RUSSI HANNO DI NUOVO VOGLIA DI SPENDERE IN BENI DI LUSO. E TRA I MARCHI PREFERITI, TANTI ITALIANI

Dopo un pesante declino lungo tre anni che ha coinvolto il consumo dei beni di lusso da parte di cittadini russi, il 2017 sembra essere l'anno della svolta. Secondo un rapporto stilato congiuntamente da Exane Bnp Paribas e Contactlab, sarebbero diversi i fattori macroeconomici a indicare questo giro di boa: fiducia dei consumatori, diminuzione del tasso di disoccupazione, crescita delle vendite di automobili. Anche la prospettiva di relazioni migliori con gli Stati Uniti, grazie alla presidenza

Trump, avrà il suo peso e un'eventuale vittoria francese di François Fillon potrebbe portare a un annullamento delle sanzioni. La spesa russa, inoltre, è cresciuta nell'ultimo trimestre del 2016, con la prospettiva di un incremento del 5-10% per quanto riguarda l'intero anno trascorso. Un rientro del Paese fra i big spender del lusso potrebbe pesare per uno 0,5% sul settore a livello globale. Brunello Cucinelli, Swatch e Prada sarebbero i primi a beneficiare di questa inversione di rotta. L'Italia rappresenta il mercato preferito dai turisti russi, e infatti brand come Ermenegildo Zegna, Valentino and Dolce & Gabbana, hanno forti radici nel mercato russo. A trarne giovamento da questa situazione sarebbero anche griffe come Ulysses Nardin, Breguet, Van Cleef & Arpels.

I numeri

3

gli anni in cui sono scesi i consumi russi dei beni di lusso. Nel 2017 dovrebbe invertirsi la tendenza

5-10%

la prospettiva di incremento della spesa russa nel corso del 2016

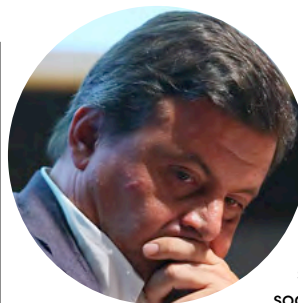
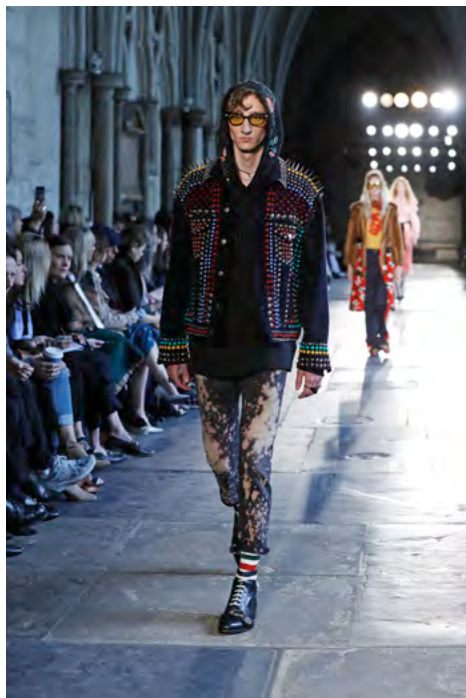
0,5%

la ricaduta globale sul settore per un ritorno della Russia tra i big spender

{ FIDUCIA DEI CONSUMATORI, DIMINUIZIONE DELLA DISOCCUPAZIONE E AUMENTO DELLE VENDITE DI AUTO SONO ALL'ORIGINE DI QUESTO TREND }

LE MINORI ESORTAZIONI NEL COMPARTO LASCIANO INTRAVEDERE UN 2017 NON FACILE

Cresce a rilento il fatturato del menswear italiano: il comparto ha chiuso il 2016 con un +0,9% a fronte di un incremento dell'1,4% nel 2015. Preoccupa però il rallentamento delle esportazioni che lascia intravedere un 2017 non facile, almeno secondo i dati elaborati dal centro studi di Smi-Sistema Moda Italia. Sul risultato, spiega la nota del centro studi, «incide il rallentamento che ha interessato le vendite oltreconfine, mentre la decelerazione del ritmo di caduta della domanda interna sembra aver favorito in prima istanza operatori non strettamente industriali». Bene il valore della produzione, (+ 1,2%, (-1,6% vs -3,4% del 2015): rilevazioni campionarie come sembrano in flessione a livello della moda maschile, interrogata sulla «la quota preponderante (80%) della 'stabilità' delle condizioni di mercato».



Moda, verso la maxifederazione

La moda italiana, un settore che vale più di 90 miliardi di euro di fatturato, vedrà nascere un'unica federazione confindustriale. L'ente vedrà la partecipazione di Smi, Assocalzaturifici, Aimpes e Anfao. Queste associazioni non compariranno, ma daranno vita a un nuovo getto che rappresenterà la moda italiana e che secondo per importanza dopo la meccanica.

Faranno parte di questa organizzazione anche dei soci aggregati come l'Aip, l'associazione italiana pellicceria. Ancora riserbo sul nome dell'unione. Centrale è stato l'accordo per concentrare in dieci giorni di settembre tutte le fiere e le sfilate. A presentare il progetto, insieme ai vertici delle associazioni aderenti a Confindustria sarà il ministro Carlo Calenda *(foto)*. Fra le tematiche più importanti, sostenibilità, distribuzione e produzione.

Social ed ecommerce, sinergia da migliorare

I social servono alle griffe più per far conoscere i loro prodotti che per venderli. Lo rivela un report della società di consulenza L2, secondo cui, nonostante il 75% dei consumatori scopra un prodotto sui social, soltanto l'1% acquista su quelle piattaforme. La società sostiene che vedono un aumento delle vendite. Ma i vari network non sono così efficaci, seguito da



social, soltanto l'1,5% delle vendite online nel 2016 sia riconducibile a queste piattaforme. La società Bringham ha segnalato come meno del 15% degli utenti che vedono un articolo di moda sui social media lo compri immediatamente. Ma i vari network non sono uguali anche in questo senso: Facebook è il più efficace, seguito da Instagram e da Snapchat.

Glasses

Lymh crede in Marcolin

Lvmh ha investito 50 milioni (poco meno del 10% dell'azienda) su Marcolin, gruppo di occhialeria italiano e quarto al mondo nel settore. Il gruppo francese decide quindi di puntare sul business dell'eyewear, seguendo una strategia diversa dal solito, dato che fino ad oggi era sempre stato restio a dare in licenza la

produzione dei suoi occhiali, affidandosi invece a diversi fornitori per diversi marchi, come Luxottica per Bulgari e Safilo per Dior, Fendi e Givenchy.



Luxottica
rinnova con
Ralph Lauren

Dopo il matrimonio con Essilor, Luxottica Group ha annunciato il rinnovo di un accordo di licenza decennale, fino al 31 marzo 2027, con Ralph Lauren Corporation, per la progettazione, la produzione e la distribuzione in esclusiva in tutto il mondo di montature da vista e occhiali da sole per alcuni marchi del gruppo, tra cui Polo e Ralph Lauren.



NEXIVE NOMINA UN NUOVO CIO

NEXIVE NOMINA PAOLO BATTARINO CHIEF INFORMATION OFFICER PER GUIDARE L'INNOVAZIONE DELL'AZIENDA. ORIGINARIO DI COMO, CLASSE 1970, IN PASSATO HA RICOPERTO RUOLI DI PRIMO PIANO NEL CAMPO DELL'IT IN AZIENDE LEADER NEL PROPRIO SETTORE E NELL'AMBITO DELLA CONSULENZA DIREZIONALE.



TESTA AL VERTICE DI FEDERSALUS

MARCO TESTA (VEMEDIA PHARMA) ASSUME LA CARICA DI PRESIDENTE FEDERSALUS. LAUREATO IN BUSINESS ADMINISTRATION E IN ECONOMIA E COMMERCIO, HA CONSEGUITO UN MBA ED UN DOTTORATO IN BUSINESS & MANAGEMENT, A INDIRIZZO FARMACO-ECONOMICO, A TORINO. VANTA UNA VENTENNALE ESPERIENZA IN AMBITO FARMACEUTICO ED HEALTHCARE.



CAPRIS GUIDA SIRAM (VEOLIA)

SIRAM, SOCIETÀ DEL GRUPPO VEOLIA, ANNUNCIA CHE RENAUD CAPRIS (ATTUALMENTE DIRETTORE TECNICO ENERGIA DI VEOLIA) HA ASSUNTO IL RUOLO DI CEO. IN AZIENDA DA 25 ANNI, LA SUA GESTIONE SARÀ UN FATTORE CHIAVE PER L'ULTERIORE SVILUPPO DELLA SOCIETÀ QUALE LEADER NELL'EFFICIENZA ENERGETICA NEL MERCATO ITALIANO.

PHILIPPE MODEL

ANDREA PESARESI Amministratore delegato

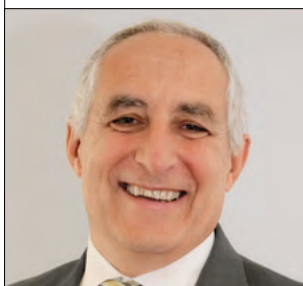
Andrea Pesaresi è il nuovo a.d. di Philippe Model, marchio di scarpe e sneaker del fondo 21 Investimenti. Pesaresi proviene dal gruppo Zegna dove ha ricoperto molteplici cariche concludendo la sua esperienza plurivennale come Global Brand and License Director. Dopo trent'anni nel mondo del lusso, guiderà il brand nell'ambizioso percorso di crescita internazionale e la conquista di Usa e Asia.



NETALIA

ALBERTO CLAVARINO Direttore generale

Netalia annuncia la nomina di Alberto Clavarino a direttore generale. Già direttore commerciale, si occuperà di elaborare i piani di sviluppo dell'azienda. Ha lavorato a lungo in General Electric, prima all'estero e poi a Milano. Nel 1994 è tra i fondatori di ITNet Spa, il primo provider internet in Italia, poi acquisito da Wind nel 1999. Classe 1957, ha una laurea in Ingegneria conseguita a Genova.



EDISON

CRISTINA PARENTI Senior Vp Communications

Edison annuncia che Cristina Parenti è la nuova responsabile della direzione relazioni esterne e comunicazione con il ruolo di Senior Vice President Communications. Ha cominciato la propria carriera nel 1995 in Pirelli, per poi passare al gruppo Shell. Nel 2001 entra in Motorola, mentre nel 2004 passa a Luxottica Group con il ruolo di Director of Group Public Relations and Corporate Communication.



PORSCHE CONSULTING

FEDERICO MAGNO Responsabile automobile

La società di consulenza Porsche Consulting GmbH amplia il proprio management. Federico Magno, 44 anni, assume la responsabilità completa dell'area automobile (produttori e fornitori) come terzo direttore generale. Il manager italiano ha studiato Economia aziendale all'Università Bocconi e a Berkeley. Da 16 anni lavora per Porsche Consulting ed è stato d.g. fondatore dell'affiliata italiana.



ITALSCANIA

GIANCARLO PERLINI Responsabile marketing

Giancarlo Perlino, 36 anni, in azienda da un anno, diventa responsabile marketing di ItalSCANIA. Ha ricoperto diversi incarichi in ambito vendite, marketing, dealer Network&Business Development in Fiat Auto, Fiat Powertrain Technologies e Piaggio, prima in Europa poi negli Stati Uniti. All'interno del team marketing, Elisa Casagrande si occuperà delle relazioni esterne.



CAFFÈ MOAK

GIUSEPPE MONCIINO Direttore commerciale

Caffè Moak ha un nuovo direttore commerciale per l'Italia. Si tratta di Giuseppe Monciino, alle spalle 17 anni d'esperienza come Regional Sales Director per una torrefazione storica della regione, entra in Moak nel 2010 con il ruolo di direttore vendite Sicilia. L'azienda si dota anche di due nuovi area manager per l'Italia (Marcello Vitellone) e l'estero (Francesco Neri).



CISCO

PAOLO CAMPOLI Head of Global Service Provider

Paolo Campoli è stato nominato Head of Global Service Provider Business per il Sud Europa di Cisco. Entrato nel gruppo 18 anni fa, assumendo incarichi di crescente responsabilità. Nel 2011 è diventato Head of Sp Architectures e Cto per l'Europa e i mercati emergenti. Si è laureato cum laude nel 1990 in Elettronica e telecomunicazioni al Politecnico di Milano e vanta un master al Cefriel.



PSA

MASSIMO PALUMBO Direttore Digital & Crm Factory

Novità nell'organizzazione italiana nel gruppo PSA (Peugeot, Citroën e DS). Massimo Palumbo viene nominato responsabile della nuova struttura Digital & Crm Factory. Laureato in Scienze politiche a Milano, ha svolto la sua carriera nella comunicazione e marketing digitale in diverse Web agency e, dal 2008, in primarie società del settore assicurativo. A Carlo Leoni va la direzione comunicazione e relazioni esterne.

HP**DAVIDE FERRULLI**
Enterprise Sales Manager

Davide Ferrulli è Enterprise Sales Manager per il business 3D Printing di Hp Italy. È stato per 12 anni Territory Manager di Stratasys per l'area South-Eastern Europe e Middle East, costruendo il canale di vendita indiretto. In precedenza, ha ricoperto diversi ruoli nel settore vendite di Ptc a livello Emea, portando l'allora piccola realtà a diventare leader di mercato nei settori Cad/Cam e Plm.

**DOCOMO DIGITAL****LUCIA PREDOLIN**
Direttore Corporate Marketing globale

Nuove nomine in Docomo: Lucia Predolin è stata nominata direttore globale del Corporate Marketing di Docomo Digital, la filiale estera del colosso della telefonia Ntt Docomo. Laureata con lode in Economia e marketing all'Università Cattolica, muove i suoi primi passi in Saatchi & Saatchi. Nel 2000 è membro del founding team di Buongiorno. È mentore del programma di accelerazione b-ventures.

**INTEL****MAURIZIO RIVA**
Country Manager

Maurizio Riva è stato nominato Country Manager di Intel Corporation in Italia, con la responsabilità dello sviluppo dell'azienda nel mercato italiano. È entrato in azienda nel 2001 in seguito all'acquisizione di Xircom, dopo alcune importanti esperienze in Sun Microsystems, Novell e Selest Networks. Nato a Piacenza, è laureato in Ingegneria Elettronica al Politecnico di Milano e ha conseguito un attestato Tgm all'Insead nel 2011.

**BTS****GIANFRANCO DI MAIRA**
Amministratore delegato

Bts, multinazionale svedese specializzata nella consulenza aziendale e formazione, sbarca in Italia e nomina Gianfranco Di Maira a.d.. Laureato in Economia e commercio all'Università Cattolica, ha lavorato in Irlanda, Usa e in Siebel Systems (oggi Oracle). Dal 2001 è stato anche presidente del gruppo Singularity, nonché fondatore di Cesim Italia, poi acquisita da Bts Italia.

**NUOVI VERTICI PER ASSOCOM**

ASSOCOM HA ELETTO IL NUOVO CONSIGLIO DIRETTIVO, CHE DURERÀ TRE ANNI. AL PRESIDENTE MARCO TESTA SUCCEDE EMANUELE NENNA, CEO E CO-FONDATORE DI THE BIG NOW. CONFERMATI GUIDO SURCI COME PRESIDENTE DEL CENTRO STUDI ED EUGENIO BONA COME PRESIDENTE DI ASSAP SERVIZI E IL D.G. STEFANO DEL FRATE.

**AXÉLERO PUNTA SU STEFANO MANCUSO**

AXÉLERO, INTERNET COMPANY QUOTATA SUL MERCATO AIM, ANNUNCIA LA NOMINA DI STEFANO MANCUSO A CAPO DELLA DIVISIONE AXÉLERO NEXT. LAUREATO IN INGEGNERIA MECCANICA, 37 ANNI, IL MANAGER ENTRA IN AXÉLERO NEL 2015 PER RICOPRIRE LA CARICA DI PRODUCT MANAGER DOPO UNA DECENNALE ESPERIENZA NEL SETTORE ICT E DEL RISPARMIO ENERGETICO, SEGUITA AGLI INIZI DI CARRIERA COME IMPRENDITORE.

**TCL MULTIMEDIA GUARDA ALL'EUROPA**

TCL MULTIMEDIA, UNO DEI MAGGIORI PRODUTTORI DI TELEVISORI AL MONDO, ANNUNCIA LA NOMINA DI FRÉDÉRIC LANGIN COME D.G. DELLE VENDITE E DEL MARKETING PER L'EUROPA. DOPO LA LAUREA ALLA SCUOLA SUPERIORE DI COMMERCIO DI TOLOSA, HA LAVORATO IN COMPAQ, CREATIVE LABS E PER NOVE ANNI IN TOMTOM CON INCARICHI A LIVELLO EUROPEO.

LA FRANÇAISE**LUIGI BRUNETTI**
Country Head

La Française, con un patrimonio gestito di oltre 58 miliardi di euro, continua a perseguire la sua strategia di sviluppo in Italia e nomina Luigi Brunetti in qualità di Country Head. Brunetti ha iniziato la sua carriera nel 2000 in Ing Group, per poi passare ad Aleffi Gestielle e Aviva Investors come Business Development Director. Laureato in Economia aziendale alla Bocconi, arriva da Raiffeisen Capital Management.

**AGCS****FRANCESCO LIVERANI**
Resp. Market Management

Allianz Global Corporate & Specialty (Agcs) annuncia la nomina di Francesco Liverani a responsabile del Market Management di Agcs Italia. Laureato in Giurisprudenza e Diritto internazionale all'Università di Milano, è entrato a far parte di Agcs nel 2009 come responsabile Italia dell'Aviation, ruolo di cui manterrà l'incarico. In precedenza ha lavorato per Aon e altre aziende come intermediario.

**FERRAGAMO****ANTONIO BURRELLO**
Direttore marketing e comunicazione

La direzione marketing e comunicazione di Salvatore Ferragamo va ad Antonio Burrello. Con un passato in L'Oréal, Scott, e, infine, Moët-Hennessy in qualità di Sales and Marketing Director, il manager, in carica dallo scorso gennaio, ha trascorso gli ultimi 20 anni in Ermenegildo Zegna, prima come Corporate Communications Director, poi, dal 2009, come Chief Marketing Officer del gruppo.

**L'ORÉAL****MAURIZIO SANSONETTI**
Direttore retail

L'Oréal Italia annuncia la nomina di Mauro Sansonetti nella posizione di direttore retail. Metterà la propria competenza al servizio delle marche Nyx Cosmetics e Kiehl's. Sansonetti, 42 anni, laureato in Economia e commercio, ha seguito un master di preparazione per dottore commercialista e revisore contabile. Ha lavorato in Salmoiraghi e Viganò, Levi's, Offica Avanzi, Gruppo Coin e Piazza Italia.





RISINTONIZZARSI PER ESSERE FELICI

DOPO ANNI DI RICERCHE NASCE SÒNO, UN NUOVO METODO PER RITROVARE SE STESSI E L'ARMONIA INTERIORE PERDUTA

La felicità è un dono o una conquista? Arriva quando meno te l'aspetti o bisogna impegnarsi per guadagnare quello stato della mente e del fisico che si raggiunge quando si ha la chiara percezione che la propria vita è in equilibrio? A queste ipotesi, dopo dieci anni di ricerche sulla felicità, il sociologo Enrico Finzi (già fondatore di Astra Ricerche) e un team di tecnici

professionalmente formati, soprannominati "tuner" – ossia esperti nel favorire la sintonizzazione socio-culturale –, rispondono che felici si diventa. Hanno così costituito Sòno Human Tuning, un nuovo metodo di consulenza personale che aiuta a risintonizzarsi (non a caso il nome "Sòno" s'ispira al termine suono) con le

proprie caratteristiche ed esigenze, in modo da accrescere la soddisfazione esistenziale. Ecco perché si rivolge a tutte le persone senza problemi psicologici che si trovano in una situazione bloccata e che cercano una piccola spinta per rientrare in armonia con se stesse. Il tutto in poche sessioni di un'ora e mezza alla cui base c'è un insieme di originali test scientifici, ispirati ai principi della scuola di Abraham Maslow. Per ulteriori info su tipologia di servizi, anche per aziende, gruppi di persone e singoli, consultare il sito www.sono-tuning.it.

{ ALLA BASE DELLE SESSIONI C'È UN INSIEME DI TEST SCIENTIFICI ISPIRATI AI PRINCIPI DELLA SCUOLA DI ABRAHAM MASLOW }

NUMERI

51%

degli intervistati tra i 18 e i 65 anni si definisce psicologicamente problematico

49%

degli intervistati dice di essere spesso insoddisfatto

600

le affermazioni necessarie per l'autoprofilo stilato dall'utente

2.500 €

il costo standard di un percorso individuale

Fonte: Astra Ricerche



UN 2017 COL SORRISO

NONOSTANTE
IL PEGGIORAMENTO
DELLE PREVISIONI
SULL'ANDAMENTO
DELL'ECONOMIA, IN ITALIA
MIGLIORA IL GRADO DI
SODDISFAZIONE DELLE PERSONE

Italiani un po' più felici rispetto allo scorso anno. È quanto emerge dalla recente indagine internazionale condotta da Win/Gallup International, un network di istituti di ricerca indipendenti che ha analizzato le previsioni, le aspettative e le speranze dei cittadini di 66 Paesi nel mondo. Il dato italiano della felicità, raccolto da Doxa, è pari al 46%, in lieve rialzo rispetto al 2016 (+2%); sono soprattutto le persone tra i 25 e i 44 anni, in particolare delle regioni del Nord-Ovest ad aspettarsi un anno migliore. Tutto questo nonostante un generale pessimismo rispetto alle prospettive economiche del Paese, che ci vedono fanalino di coda insieme a Regno Unito e Francia (sale al 57% la percentuale di chi prevede un anno difficile sul fronte finanziario). Il quadro italiano rispecchia in generale quanto emerso anche nelle edizioni precedenti della ricerca: le nazioni più avanzate, caratterizzate da sistemi economici maturi (tipicamente Ue e Nord America) fanno registrare i livelli di speranza e ottimismo più bassi, mentre quelle emergenti sono più ricche di speranza e guardano in modo decisamente più ottimistico alle proprie prospettive economiche. Non a caso, Bangladesh, Ghana, Costa d'Avorio e isole Fiji, seguiti dalle popolate Cina e India, risultano essere i Paesi più felici al mondo.

ASCOLTA CHE TI PASSA

Siete stressati? L'ascolto di buona musica può aiutarvi a ritrovare la serenità. La conferma arriva da uno studio del laboratorio britannico Mindlab International che, analizzando la reazione ad alcuni brani musicali di un gruppo di volontari alle prese con una serie di puzzle ed enigmi, hanno dimostrato come diverse melodie possano ridurre i livelli di nervosismo ed esaurimento fino al 65%. Pare, inoltre, che il

miglior brano in grado di regolare il battito cardiaco e indurre un senso di rilassamento nelle persone sia *Weightless* del trio inglese Marconi Union. La musica, disponibile anche su YouTube, contribuirebbe a

rallentare il ritmo del nostro cuore fino a sincronizzarlo con quello della canzone e, data l'assenza di una melodia ricorrente, il cervello non sarebbe stimolato ad anticiparla, riducendo così i livelli di ansia.

{ LA MELODIA DALL'EFFETTO PIÙ RILASSANTE
È RISULTATA ESSERE *WEIGHTLESS*
DEL TRIO INGLESE MARCONI UNION }



IL REPORT
"ITALIA CREATIVA"



© Stock/oneinchpunch

QUEI 24 MILIARDI CHE MANCANO ALL'AZIENDA ITALIA

L'INDUSTRIA CREATIVA E CULTURALE NEL NOSTRO PAESE CRESCE PIÙ DEL PIL E SFIORA I 50 MILIARDI DI EURO. MA POTREBBE GENERARE MOLTI PIÙ RICAVI E OCCUPAZIONE, SE SOLO SI PUNTASSE...

Qui sotto, l'infografica con i dieci settori analizzati dallo studio *Italia Creativa*. La musica è quella che cresce di più a livello economico; i videogiochi il miglior settore dal punto di vista occupazionale

Con oltre un milione di posti di lavoro, è il terzo settore per occupazione nel nostro Paese, davanti alle telecomunicazioni, all'energia, all'automotive e

all'alimentare; e vanta ricavi in crescita che toccano i 47,9 miliardi di euro, ma ha ancora un enorme potenziale inespresso. È questa, in breve, la fotografia dell'industria creativa e culturale italiana realizzata da Ernst&Young (EY) con il supporto delle principali associazioni di categoria guidate dal ministero dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo (Mibact) e Siae. La seconda edizione dello studio *Italia Creativa*, presentata a Milano a fine gennaio, non ha evidenziato solo i dati relativi a un'industria capace nel 2015 di crescere più del pil italiano, ma ha posto l'accento anche sulle minacce per il settore e sulle opportunità di crescita ancora da sfruttare. Secondo EY, infatti, il valore potenziale dell'industria creativa e culturale sarebbe pari a 72 miliardi di euro, con un valore inespresso pari a 24 miliardi. Al massimo del suo potenziale, inoltre, il comparto potrebbe offrire altri 500 mila posti di lavoro. Per spiccare il volo, il settore

dovrebbe innanzitutto affrontare le sfide della competitività italiana nel mondo e dell'innovazione. «Le nuove tecnologie possono avere delle ricadute positive sull'intera area creativa, stimolando sinergie e contaminazioni tra diversi settori, con ritorni economici positivi sulla filiera e i settori contigui, come quello turistico», ha spiegato l'a.d. di Ernst&Young Donato Iacovone, sottolineando anche la necessità del sostegno da parte delle istituzioni. Istituzioni che sono state chiamate in causa dalle 26 associazioni di categoria, che hanno firmato ufficialmente una lettera inviata a Governo e Parlamento in cui si chiede il sostegno nella difesa del settore, minacciato soprattutto da due fenomeni: il *value gap*, il divario tra quanto viene generato dai contenuti creativi in Rete e quanto viene restituito a chi ha creato quei contenuti, e la pirateria, quantificata in un danno economico compreso tra i 4,6 e gli 8,1 miliardi di euro.



SEI MAI ENTRATO NELLA MENTE DI UN MUTANTE?

LEGION

PRIMA VISIONE ASSOLUTA
Il Lunedì alle 21.50

FOX

FOX

MARVEL

Chiamaci 02.7070 o vieni su sky.it

Solo su **sky**

Start App

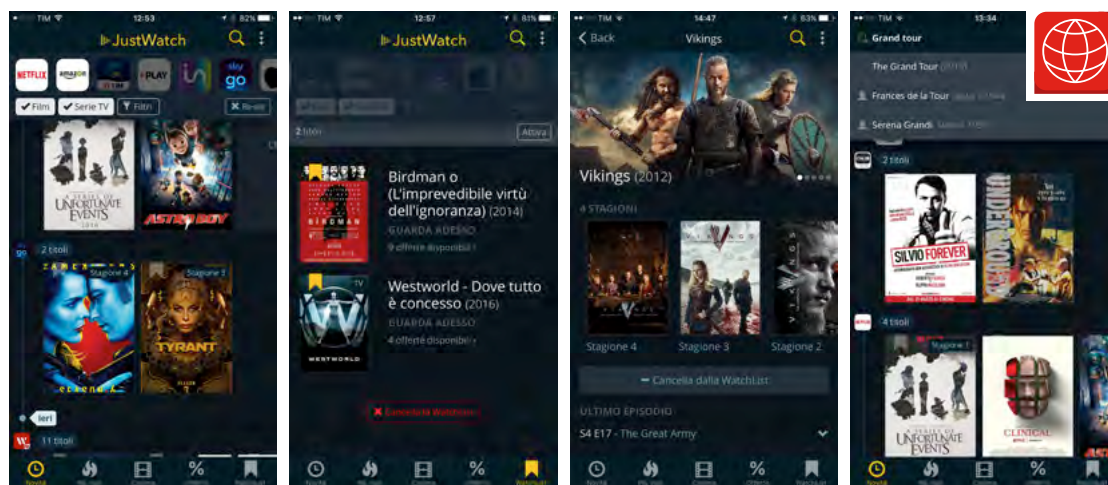
a cura di Paolo Paglianti
caporedattore del mensile digitale e interattivo *YouTech*

IL PALINSESTO È MOBILE

LA GUIDA TV DEGLI ANNI '90 SI FA DIGITALE: BASTA UN DITO PER AVERE SOTTO CONTROLLO L'INTERA OFFERTA DI FILM E SERIE ON DEMAND

Appassionati di *binge watching* selvaggio, ecco l'app che vi salverà dalle troppe ore passate di fronte alla televisione in cerca del programma che fa per voi. Anzi, questa nuova applicazione vi guiderà nel meta-palinseso dello streaming e della Tv on demand. JustWatch è la versione moderna della guida televisiva degli anni '80 e '90, basta installarla sul vostro smartphone o tablet, indicare quali servizi digitali vi interessano e il gioco è fatto: l'app vi informerà quotidianamente delle novità presenti su ogni tipo di piattaforma digitale. JustWatch riconosce i servizi disponibili in Italia,

come Infinity, Netflix, Now Tv (ma anche iTunes, Google Play e Xbox Store), e vi fornisce quindi tutti gli strumenti per scoprire se il film o la serie Tv che stavate aspettando è finalmente disponibile online. Naturalmente, ogni contenuto viene presentato con il genere, la trama e gli attori principali. Inoltre, potete usare l'applicazione per effettuare una ricerca e scoprire su quali servizi on demand un certo contenuto è disponibile: JustWatch vi dice anche il prezzo aggiornato, così potete scegliere anche con un occhio al portafoglio. È disponibile per dispositivi iOS e Android.



IL MAGAZINE

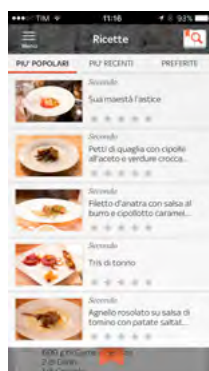


YOUTECH È IL MENSILE DIGITALE E INTERATTIVO PER APPASSIONATI DI TECNOLOGIA E LIFESTYLE. OGNI MESE RACCONTA TUTTO QUELLO CHE C'È DA SAPERE SU SMARTPHONE, AUTO CONNESSE, TECNOLOGIE PER L'AMBIENTE, TV 4K, REALTÀ VIRTUALE E TANTE ALTRE CURIOSITÀ HI TECH. È DISPONIBILE GRATUITAMENTE SUI TABLET APPLE E ANDROID SU IPHONE E SUGLI SMARTPHONE ANDROID. PER SCARICARLA BASTA CERCARE "YOUTECH MAGAZINE" SUGLI STORE DIGITALI. SE, INVECE, STATE LEGGENDO *BUSINESS PEOPLE* SU TABLET O SMARTPHONE, CLICcate SU UNO DEI SIMBOLI QUI SOTTO:



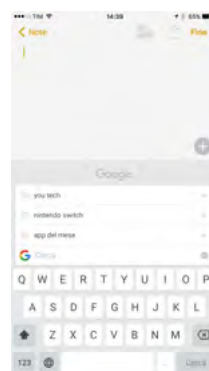
COSA BOLLE IN PENTOLA

È tornato quel periodo dell'anno in cui si parla ogni pie' sospinto di filetti d'anatra e si discute a ogni pausa caffè sul perché lo scalogno è imbattibile con la quaglia: la sesta edizione di *MasterChef* sta entrando nella fase finale e sull'app "ufficiale" di Sky troverete non solo news sui protagonisti e le eliminazioni, ma anche tonnellate di ricette a dir poco clamorose.



COMODA E GRATUITA

Se siete tra coloro che trascorrono ore al cellulare scrivendo messaggi da WhatsApp, Facebook e Gmail, vi consigliamo di scaricare subito l'app Gboard: si tratta della tastiera "virtuale" made in Google che, a nostro parere, batte tutte le altre che abbiamo provato finora. Comoda, sicura, adattabile, in italiano e persino gratuita. Cosa chiedere di più?



A DIETA, GIOCANDO

I banchetti di Natale e Capodanno sono ormai un ricordo lontano. È giunto il momento di rientrare in carreggiata e, soprattutto, nei pantaloni che vi andavano bene lo scorso ottobre. Lifesum è una app che vi farà da tutor e vi seguirà consigliandovi su dieta e attività fisica, con un tocco di "gamification" e sfide da completare che potrebbero aiutare a non sgarrare!

