

www.millionaire.it  
3,90 EURO (per l'Italia)  
n. 7/8 luglio-agosto 2021

# millionaire



1920

2021

I RUGGENTI ANNI VENTI  
(SONO TORNATI?)



# ASSISTENZA DOMICILIARE

## IL SETTORE CHE NON CONOSCE CRISI



IN ITALIA  
**4,3 MILIONI**  
DI PERSONE  
OVER 80

NEL 2030  
LE PERSONE  
OVER 80  
SARANNO  
**6 MILIONI**

**IL 22%**  
PRESENTA  
GRAVI LIMITAZIONI  
NELLE ATTIVITÀ  
QUOTIDIANE

**IL 42,3%**  
SOFFRE  
DI ALMENO  
3 MALATTIE  
CRONICHE

**1. DIVENTA IMPRENDITORE 2. APRI IL TUO CENTRO DI ASSISTENZA 3. GESTISCI IL TUO TEAM**

Privatassistenza da oltre 28 anni è un punto di riferimento per le famiglie italiane, grazie a servizi sanitari e socio-assistenziali qualificati per anziani, malati e disabili.

**200**  
CENTRI

**PRIVAT***A***SSISTENZA**<sup>®</sup>

1993  
**28**  
ANNI  
2021

**I PROFESSIONISTI DELL'ASSISTENZA DOMICILIARE**

Numero Verde **800 012107**

[franchising@privatassistenza.it](mailto:franchising@privatassistenza.it)

[www.privatassistenza.it](http://www.privatassistenza.it)



# Le hanno insegnato che se ci avesse creduto, poteva fare qualsiasi cosa. E così è stato.

Dal Politecnico di Torino è arrivata a Oxford, in una delle università più prestigiose del Pianeta.

E oggi **Chiara Marletto** è una promessa della fisica quantistica mondiale.

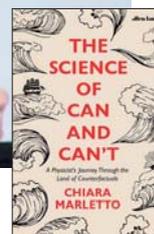
Ha 34 anni e il mondo ce la invidia. *The Guardian*, storico quotidiano britannico, a fine giugno le ha dedicato una pagina intera. Tutti la guardano con attenzione.

## Perché è talentuosa, perché giovane e perché è donna.

«Quando ho scelto la fisica, non sentivo che era un problema, perché i miei genitori mi hanno sempre trattato come un individuo, indipendentemente dal genere. Sono uno scienziato e mi interessa la fisica, tutto qui» ha dichiarato.

## Chiara cerca di conciliare le teorie di Newton con la fisica di Einstein.

Liceo classico, laurea in Fisica al Politecnico di Torino, tesi con lo scienziato Mario Rasetti, che da subito la spinge a seguire la strada del dottorato a Oxford. Arrivata in terra straniera, il suo talento conquista anche il luminare David Deutsch, che la invita a rimanere come Research Fellow nel dipartimento di Fisica al Wolfson College.



Ha appena pubblicato il suo primo libro non accademico: *The Science of Can and Can't. A Physicist's Journey Through the Land of Counterfactuals* ovvero *La scienza del possibile e dell'impossibile: viaggio di un fisico attraverso il mondo dei controfattuali*.

Un libro di scienze, pieno di riferimenti classici: dai miti greci a Shakespeare, dal gioco degli scacchi ai lego. Un libro che dimostra quanto gli studi classici siano perfetti per capire le cosiddette STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics).

## Donne in fisica?

«Ho incontrato incredulità sul fatto che ci siano donne in fisica. Ma se persistiamo, prima o poi si verificherà un cambiamento culturale. Le ragazze si renderanno conto di poter fare tutto ciò che vogliono. A condizione che sia consentito dalle leggi della fisica» ha dichiarato in un'intervista.

Usiamo quest'estate per fare qualcosa (anche una piccolissima cosa) in cui crediamo veramente. Per studiare, per leggere, per imparare cose nuove. E se ci riuscite... scrivetele!

# #crederci

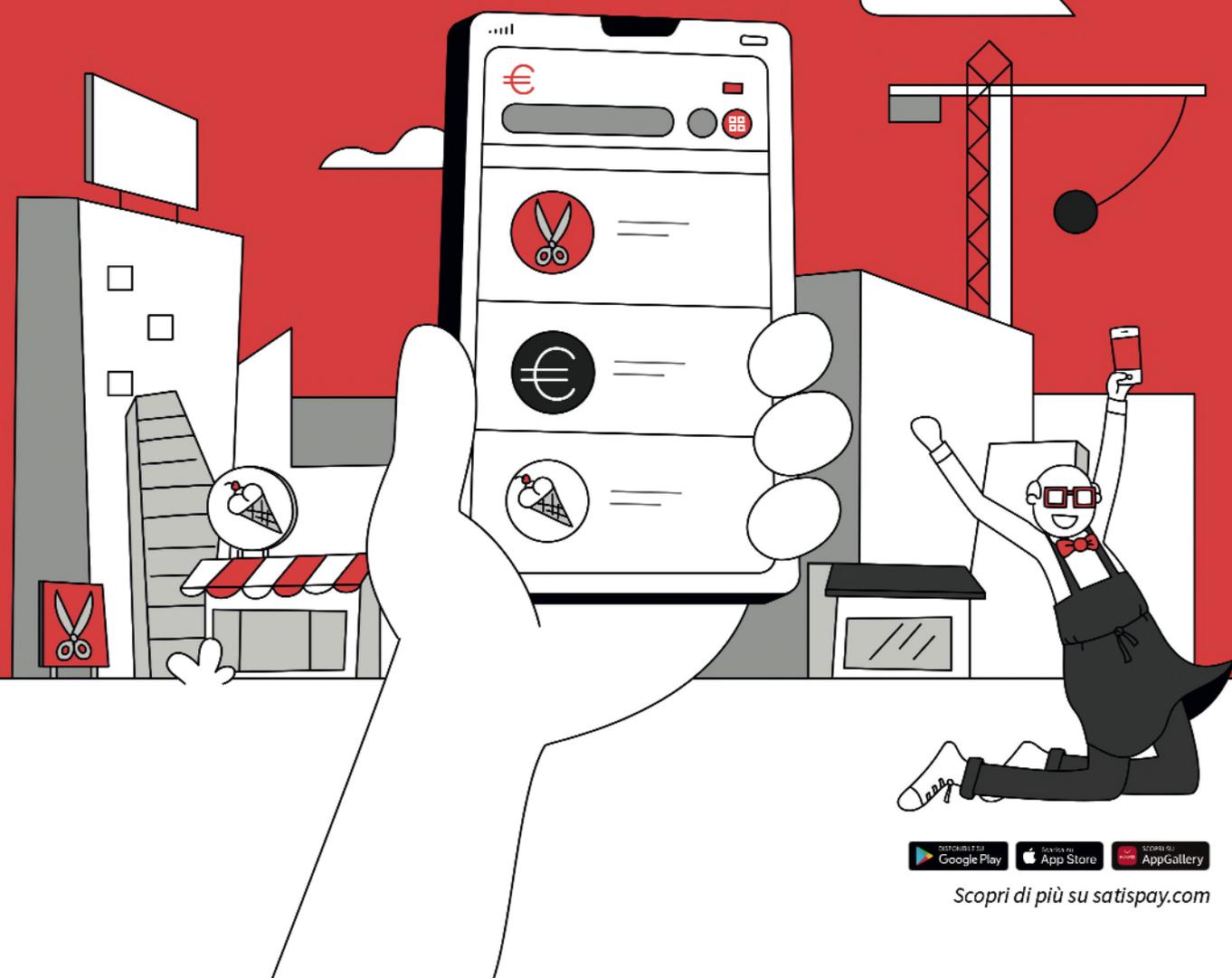


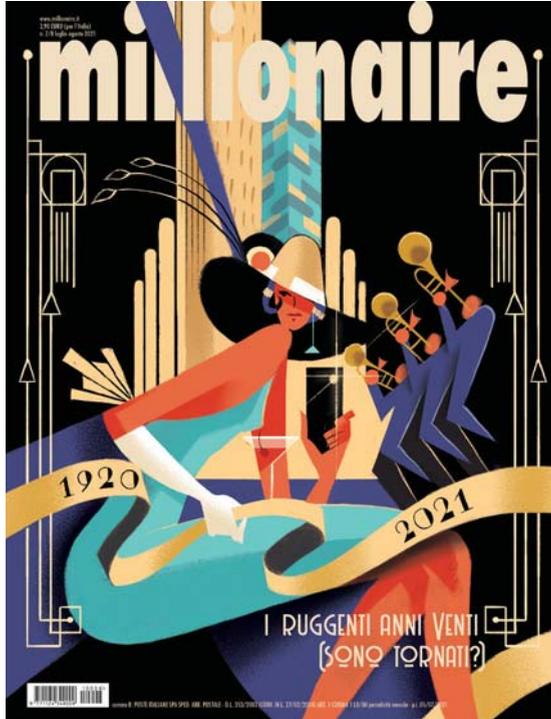
**Eleonora Chioda**  
direttore responsabile

 [eleonorachioda](#)  
 [@sonolachioda](#)

# VIVI SMART CON SATISPAY

Paga con il tuo smartphone in centinaia  
di migliaia di negozi, anche online.





## SOMMARIO

/ luglio/agosto 2021

COVER STORY  
I RUGGENTI ANNI VENTI (SONO TORNATI?)



17  
#LETTERA A MIO FIGLIO  
LA LEADERSHIP AL FEMMINILE



96  
MARCO MONTEMAGNO



104  
HIROKI ASAI

3 EDITORIALE

8 LETTERE

11 #ITALIACHERIPARTE

12 NEWS

15 #L'ILLUSTRATORE DI COPERTINA

**Riccardo Guasco**

«L'ispirazione? Mi è arrivata dai manifesti del secolo scorso».

## / ISPIRAZIONI

17 LETTERE A MIO FIGLIO...  
SULLA LEADERSHIP AL FEMMINILE

**Il soffitto di cristallo.**

Tre grandi donne raccontano come spingersi verso l'alto.

24 TREND

**Caregiver innovativi.**

26 IL FUTURO È QUI

**A quando un sistema operativo europeo?**

28 CAREER COACH

**L'importanza di credere.**

## / RIPARTENZA

33 COVER STORY

**Ruggenti anni Venti. Sono tornati?**

Gli anni Venti del Duemila come i *roaring twenties* (ruggenti anni Venti) del secolo scorso? L'ottimismo è giustificato. Dati, analisi e storie per capirne di più.

44 TEST

**Sei pronto/a a ripartire?**

122  
(NUOVI)  
NOMADI  
DIGITALI



50  
L'ONDA BUONA DELLA NAUTICA



## / SFIDE

49 LA COPERTINA

**Handbike: le sfide che fanno bene.**

50 BUSINESS

**L'onda buona della nautica.**

Voglia di navigare, per aziende e armatori, tra lusso ed ecologia.

54 TREND

**Circolare è bello.**

Storie di chi recupera, rielabora, rimette in circolo (e fa business).

64 FRONTIERE

**Make in South.**

Abbiamo fatto un viaggio nel Sud Italia. Alla ricerca di innovazione. Abbiamo scoperto talento e voglia di fare.

74 SCUOLA DI BORSA (E DI BORSEGGIO)

**Mamma, mi si sono dimezzati i bitcoin.**

76 IMPRESA

**Come preparare un lancio di successo.**

78 MODELLO BENEFIT

**Sii il cambiamento che vuoi vedere nel mondo.**

80 RECUPERO

**Rifugi e accoglienza alpina: dall'abbandono al restart.**

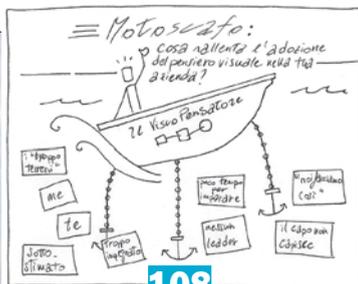
81 FINANZIAMENTI



54  
ECONOMIA  
CIRCOLARE

## SOMMARIO

/ luglio/agosto 2021



**108**  
GAMESTORMING



Scarica la App di Millionaire per iPad su

Available on the App Store

## / SCOPERTE

**85** DRONI

**Un volo nel presente e nel futuro.**

30 domande e risposte per capire un settore che si evolve e risponde ai bisogni di tutti.

## / MARKETING

**95** LA COPERTINA

**Distinguiti, influenza & ottimizza.**

**96** PERSONAGGI

**Marco Montemagno:**

**«Imparate l'alfabeto della comunicazione digitale (vi servirà sempre)».**

**100** COME SI FA

**Visual storytelling.**

Ecco perché, in Rete, la parola non basta più.

**104** L'INTERVISTA

**«Il viaggio? Ha senso perché ci connette».**

A tu per tu con Hiroki Asai, la star del marketing di Airbnb.

**108** GIOCHI

**Giochiamo?**

Impara i segreti del gamestorming, le tecniche di gioco che rinsaldano i gruppi di lavoro.

**114** LE REGOLE DELLA RETE

**Privacy: il gioco dell'estate.**

**116** DIRITTO

**Collaborare per competere e innovare.**

**118** INFLUENCER

**L'influencer marketing come mezzo esperienziale.**

## / CONTAMINAZIONI

**121** IN COPERTINA

**Ripartire dalle donne.**

**122** TREND

**I (nuovi) nomadi.**

Ritratto di una generazione che, grazie a connessione e spirito di avventura, lavora e vive in posti da sogno.

**128** STORIE

**L'importanza di fare la prima mossa.**

**L'incredibile storia di Whitney Wolfe Herd.**

Storia della più giovane *self-made* del mondo.

**132** ECOSISTEMA

**La maniacale attenzione per il dettaglio (e qualche consiglio di lettura per l'estate)**

**134** SILICON VALLEY DOJO

**La Silicon Valley e la sua (vera) geografia.**

**136** STARTUP

**Le startup turistiche fondamentali per la ripresa del settore.**

**137** WWWORKERS

**Per ripartire occorre ripensarsi.**

## / STAR BRAND

**141** STORIE VINCENTI

**Uomini & aziende.** Storie di imprese italiane raccontate da chi ci ha sempre creduto.

## / FOCUS BUSINESS

**161** LA COPERTINA

**Il domani del retail? Digital, ma non troppo.**

**162** NEWS RETAIL

**164** COME SI FA

**Il brand che vince è coerente.**

**168** PLUS

**176** FOCUS

**181** PROTAGONISTI

**184** AZIENDE IN CRESCITA

**188** SUPERSPOT

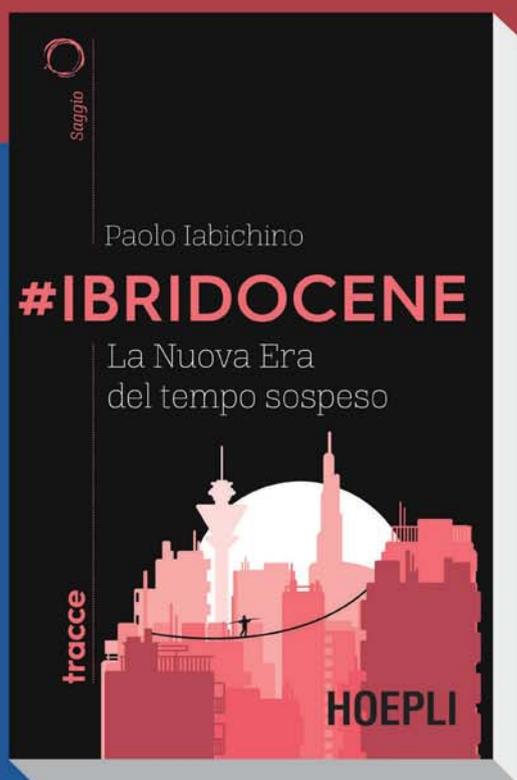
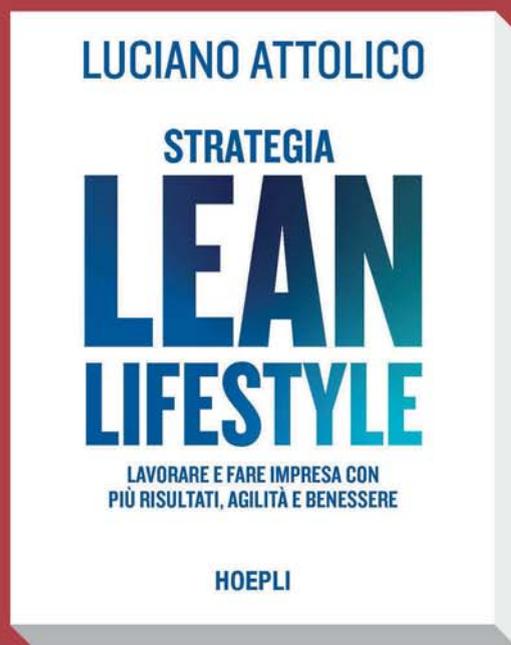


**M ONLINESU:** La versione digitale di *Millionaire* (2,50 euro) è disponibile su <https://millionaire.sfogliare.it>

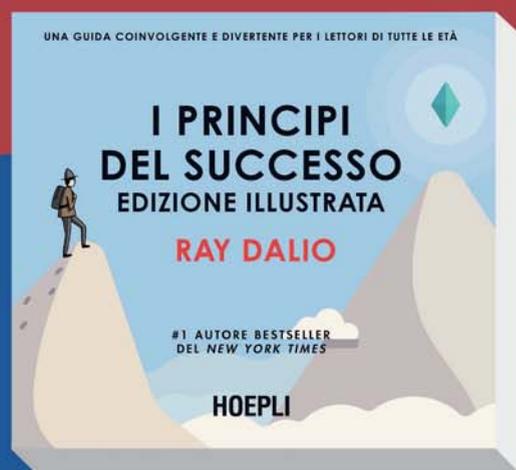
[www.millionaire.it](http://www.millionaire.it) [www.facebook.com/millionaire.it](https://www.facebook.com/millionaire.it) [www.twitter.com/millionaireit](https://www.twitter.com/millionaireit) [www.instagram.com/millionaire\\_rivista](https://www.instagram.com/millionaire_rivista) [www.linkedin.com/company/millionaire](https://www.linkedin.com/company/millionaire)

# Le novità Hoepli

Come produrre sempre più risultati, in sempre meno tempo, lavorando meglio e conducendo uno stile di vita che generi prosperità e benessere



Un vademecum per l'età ibrida, il tempo sospeso e carico di contraddizioni che stiamo vivendo



L'adattamento illustrato di un libro che ha scalato le classifiche di bestseller in tutto il mondo, vendendo milioni di copie

I N L I B R E R I A

# HOEPLI

Messaggi, email, foto, commenti sui social...  
E tanti complimenti! Non ci fate mancare niente.  
Tutto per condividere sogni, progetti e traguardi.  
Eccoli, in sintesi. Grazie!

## Fuoco nella città d'acqua

Sono un imprenditore di Venezia e con il mio Gruppo ho realizzato una linea di T-shirt dipinte con il fuoco. Nessuno al mondo ci aveva mai provato prima (non il perché, ma è così). La nostra linea di T-shirt è nata nel 2018 grazie al lavoro di un team di specialisti della tintura e artisti. Centinaia di prove e la scelta della tipologia di fiamma sono risultate fondamentali nei nostri test. Inizialmente abbiamo prodotto T-shirt bruciate, per poi evolverci con tecniche per realizzare scritte e figure. Tutte le nostre lavorazioni sono effettuate a mano. Abbiamo depositato il brevetto per proteggere la nostra idea.

**Antonio Claudio Marinato**  
[www.burnedtshirt.it](http://www.burnedtshirt.it)

**Buon lavoro ragazzi!**

## Che storia, quel corso!

Mi chiamo Serena e sono la co-titolare del brand di make-up Best Color. Ho deciso di partecipare al vostro corso con Luca d'Amico sullo storytelling perché ho sempre pensato che io e la mia azienda avessimo un grandissimo potenziale da esprimere, ma che questo non veniva raccontato ai nostri consumatori nel modo giusto. Il corso mi è stato molto utile per capire quali sono davvero le leve emozionali su cui bisogna puntare nel raccontare una storia e qual è il giusto schema da seguire per costruirla. Il docente è stato molto bravo nel rendere tutti partecipi.

**Serena Izzo**

**Che bello! Siamo davvero felici. Grazie.**



## Fuori dalla comfort zone!

Ho 28 anni, laureato in Giurisprudenza e collaboro con uno studio legale. La mia caratteristica principale

è la perseveranza. In piena pandemia, ho deciso di candidarmi all'esame di Stato per l'abilitazione alla professione, spostarmi in un altro studio, fare il mio primo investimento in una startup innovativa attraverso una piattaforma di crowdfunding, supportare mia moglie nel cambiamento del luogo di lavoro, candidarmi per le prossime amministrative nel Comune di Milano come consigliere di Municipio, sviluppare un progetto sulla sostenibilità per il Comune di Milano, con giovani selezionati dalla Bocconi.

**Enrico Paparcura**

**Di sicuro, non stai incollato alla tua comfort zone.**



## Pronti? Via! Sono partiti i corsi di Millionaire.

**Segni particolari: workshop pratici. Prossimi appuntamenti: 6 luglio Startup (La tua idea ha un mercato?), 13 luglio Pitch (Come presentare la tua startup), 21 luglio LinkedIn (fare business) e poi Instagram, digital speaking, personal branding. Per saperne di più: [corsi@millionaire.it](mailto:corsi@millionaire.it)**

## Scriveteci!

**SCRIVI ALL'E-MAIL GIUSTA!**

Per inviare una lettera alla redazione:  
[lettere@millionaire.it](mailto:lettere@millionaire.it)  
Per raccontarci in 1.000 caratteri la tua bella storia vera:  
[italiacheriparte@millionaire.it](mailto:italiacheriparte@millionaire.it)  
Per domande sull'avviamento d'impresa o su possibili finanziamenti:  
[esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it)  
Per contattare i giornalisti della redazione, l'ufficio commerciale, marketing, edp, amministrazione: trovi tutte le email personali nell'ultima pagina di Millionaire.

**f** su Facebook:

[www.facebook.com/millionaire.it](http://www.facebook.com/millionaire.it)

**t** su Twitter:

[www.twitter.com/millionaireit](http://www.twitter.com/millionaireit)

**ig** su Instagram: [www.instagram.com/millionaire\\_rivista](http://www.instagram.com/millionaire_rivista)

**in** su LinkedIn: <https://linkedin.com/company/millionaire>

Il lettore, nel momento in cui ci invia una lettera o la sua storia o accede al nostro servizio gratuito "scrivi all'esperto", presta espressamente il suo consenso e autorizza la testata *Millionaire* alla pubblicazione della sua lettera, all'archiviazione e all'utilizzo dei suoi dati per finalità statistiche e di *profiling* commerciale in conformità al Codice Privacy (D. Lgs. n. 196/2003).

## Donne più forti

Sono una psicologa del lavoro e direttore scientifico del progetto MyPEOPLEcare Empowerment femminile e donna e mamma che lavora. Dal 2018 ho iniziato con un team in "rosa" a parlare di cultura femminile e benessere nelle aziende. Siamo diventati ente non profit. Nel 2021 abbiamo lanciato Equalyd, progetto di crowdfunding sociale, per sostenere donne che si rivolgono ai Centri antiviolenza e Case rifugio, promuovendo percorsi di autoimprenditorialità femminile. Un nostro orgoglio? Un team specializzato di psicologi, coach, trainer, avvocati, per rendere più forti le donne, che vogliono pensare con la propria testa.

**Manuela Rossini**

**C'è ancora tanto da fare. Ma le donne hanno grandi risorse.**



## #letterealdirettore

### Lettera a mio figlio... che idea!

«Davvero il modo migliore di raccontare gli imprenditori è attraverso i messaggi tra generazioni, il passaggio di testimone come da anni sperimento in *Voci di Impresa*. Con l'idea delle lettera a mio figlio avete dato il vero senso delle loro storie: guardano al futuro di tutti, per questo sono il nostro patrimonio più grande e inestimabile. Grazie direttore Eleonora Chioda per metterlo così sotto la luce... bisogna fare massa critica, le imprese siamo tutti noi».

**Anna Marino**

**Proprio così.  
Le imprese siamo noi!**



### Ricominciare!

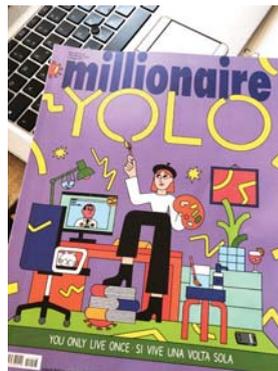
Sono vostro lettore dal 1995 e grazie a Voi nel tempo sino riuscito a passare da fattorino di una semplice agenzia di viaggi a venditore del primo tour operator italiano. Da ottobre 2020 sono in Cassa Integrazione, ma sono riuscito a farmi "assumere" come tirocinante presso un'azienda. Tirocinante a 52 anni. Ma è bellissimo.

**Fabio**

**È fantastico il tuo entusiasmo!  
Grazie.**

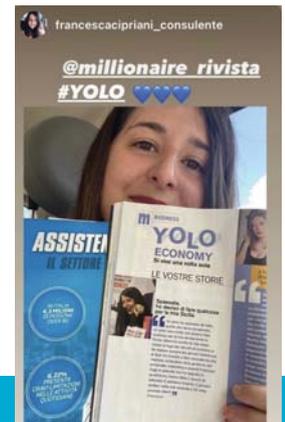


**«Rischiare e amare ciò che si fa,  
senza paure, ma solo con passione.  
Sempre, sempre»** **Marcella Loporchio**

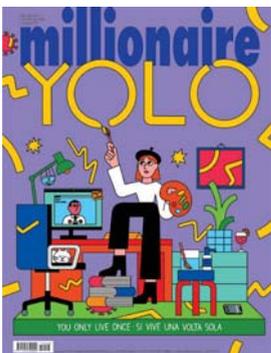


**“ Ho riscoperto  
Millionaire grazie a lei,  
Eleonora Chioda! ”**  
**Letizia Vescovini**

**Questo è il messaggio  
più bello che un direttore  
possa sentirsi dire.  
Grazie Letizia.**



**in Quanto amate la nostra copertina su LinkedIn!**



Un numero che leggerò assolutamente, con il rischio di trovare il coraggio per dire "Sì" a qualche ambizione e vivere allineata a valori che non voglio più negoziare.

**Maria Chiara Belia**

Chissà se grazie a una "stangata" globale come questa, si inizierà a comprendere e sposare maggiormente la natura umana

anziché assecondare quasi esclusivamente sistemi logico/matematici in cui tutti sono utili e nessuno indispensabile.

**Doctor Zane**

È successo anche a me e il cambiamento ha portato tantissime nuove opportunità, sicuramente un grande arricchimento personale e professionale.

**Lorenzo Morandi**

Il cambiamento non può diventare moda o azzardo, ma è una scelta ponderata alla quale bisogna sempre prepararsi bene.

**Maurizio Selvatico**

Licenziarsi dal posto fisso è facile, restare vivi dopo, no. Allora niente decisioni avventate, sì a progetti, studiati e pianificati a dovere.

**Roberto Castriota**

Per domande in ambito “finanziamenti”, “legale”, “franchising”, “web” o “impresa” e agli esperti delle nostre rubriche, scrivete a: [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it) specificando l’ambito nell’oggetto.



## Mappatura di Bari

Ho 26 anni, sono di Bari, vostro abbonato da quasi un anno. Vi ringrazio immensamente per il lavoro che fate, prego di innovazione, speranza e passione. L'anno scorso, ho concluso i miei studi in Ingegneria gestionale magistrale, con l'ambizione di svecchiare l'azienda di famiglia, nel settore costruzioni. Contemporaneamente, ho l'obiettivo di creare una startup con l'università che mira a mappare la Città Metropolitana di Bari, per identificare, a seconda dell'età dell'edificio e dei materiali usati, le sorgenti inquinanti presenti all'interno per poi intervenire e riqualificare l'ambiente. Su quali fonti di finanziamento puntare?

**Giuseppe T.**

## Risponde Luisa Belloni, esperta in finanziamenti ([www.europrogettare.it](http://www.europrogettare.it))

Ravviso due possibilità:

1. Avviare una startup innovativa e accedere a un finanziamento + fondo perduto con il bando Smart&Start di Invitalia.
2. Avviare un'impresa giovanile e/o femminile sempre con finanziamento + fondo perduto con il bando Nuove imprese a tasso zero. Complimenti per il lavoro e per l'idea.

## Bar in community

Sono stato operatore, barman, manager e imprenditore, fino a marzo 2020 quando mi è stata tolta la possibilità di svolgere la mia attività. Insieme a dei soci, ho approfittato del tempo libero a disposizione per dar vita a Obiettivo Bar, il primo incubatore italiano dedicato al mondo dei bar, grazie al quale abbiamo creato una community di oltre 2.400 titolari e gestori di bar, che abbiamo coinvolto aiutato grazie a decine di live webinar formativi. 44 giornalieri consecutivi durante il secondo lockdown, tra ottobre e novembre 2020. Oggi ci arrivano richieste di collaborazioni da tutta Italia e anche da Paesi esteri (Regno Unito e Belgio). Ci piacerebbe molto raccontarci, per aiutare ancor di più il nostro settore.

**Francesco Boccardo**

[www.obiettivobar.com](http://www.obiettivobar.com)

## Risponde la redazione di *Millionaire*

Gli ultimi dati 2021 Fipe, parlano di 3.778 bar che hanno sollevato le saracinesche, contro i 10.247 che le hanno chiuse. Un tasso d'imprenditorialità del -4,5%, negativo, su cui pesa un periodo drammatico da cui ci auguriamo che l'Italia possa presto risollevarsi. Ben vengano iniziative di consulenza, servizi e formazione e la creazione di community, dove si diffondano idee e buone pratiche.

## Servizi per seconde case

Volevo avviare un'agenzia per dare un servizio a 360° per le seconde case, soprattutto a chi sta lontano. Per esempio uno che abita a Milano, ma ha casa al mare o sul Lago di Garda. Prima di iniziare, volevo vedere come risponde il mercato a questo servizio. Come faccio a creare queste analisi di mercato?

**Ottavio**

## Risponde Mirna Pacchetti Ceo & Co-Founder di [www.intribetrend.com](http://www.intribetrend.com)

**La via più facile e attendibile (ma anche quella più costosa) è rivolgersi a società come la nostra, che realizzano indagini di mercato su migliaia di persone e sono in grado non solo di individuare i possessori di seconde case, ma anche di strutturare il questionario in modo che consenta di tracciare le reali esigenze delle persone. Porre la domanda in modo sbagliato, infatti, fornisce risultati errati ed è molto pericoloso.**

Indagini tra i 400 e i 1.000 rispondenti costano tra 2.500 e 5.600 euro.

**Alternativa: intervistare con domande aperte i possessori di seconde case tra i propri conoscenti (non parenti e amici stretti). Poni domande che non influenzino: "Qual è il tuo più grande problema nella gestione di una seconda casa?" "Qualora tu potessi appoggiarti a un'agenzia per la gestione quali sarebbero i servizi per te più importanti?"**

Solo dopo questo tipo di domande puoi illustrare il servizio ipotizzato e fare domande chiuse:

"Sarebbe un servizio che useresti?"

"Quanto saresti disposto a spendere per questo tipo di servizio?"



**Il mio sogno nel cassetto è riuscire a trovare un lavoro che mi dia maggiori soddisfazioni e più stimoli a quasi 40 anni**

**Luigi Bartolini**

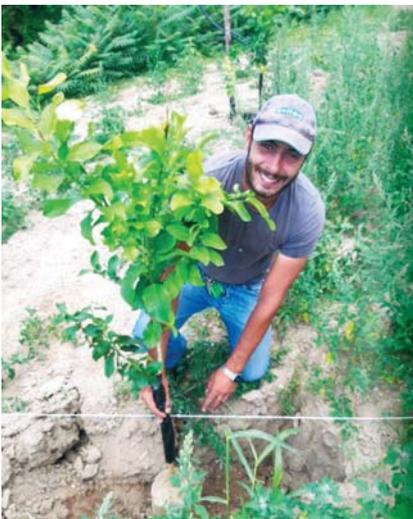


Raccontateci in prima persona le vostre imprese create con entusiasmo, che aiutano l'Italia a rinascere. Dalla terra, da un problema, da un'intuizione. Storie vere, che ci stimolano a fare. Scriveteci a: [italiacheriparte@millionaire.it](mailto:italiacheriparte@millionaire.it)

## Profumo di agrumi

Sono un giovane imprenditore agricolo, vi scrivo dalla Calabria. Sono laureato in Scienze giuridiche, ma ho seguito il cuore, coltivando il sogno di prendermi cura dei terreni dove ho trascorso la mia infanzia. Quei 7 ettari non sono solo agrumeti e ricordi, sono soprattutto storia della mia famiglia. Approfitando di un finanziamento della Regione Calabria attraverso un PSR (Piano di Sviluppo Rurale) in piena pandemia, ho riconvertito metà superficie aziendale con nuovi impianti di limoni e bergamotti, frutto tipico della provincia in cui risiedo, conosciuto in tutto il mondo, per l'uso nell'industria della profumeria, ma anche per i suoi molteplici benefici. In più ho effettuato cospicui investimenti in macchine e attrezzature funzionali all'azienda. Ho in mente di realizzare altri progetti, gradualmente. Vi scrivo perché leggendo i numeri di febbraio, aprile e maggio 2021 ho appurato che date risalto e spazio a queste attività, soprattutto se sono condotte da giovani. La mia storia potrebbe esservi utile?

**Giovanni Battista Spanò**



## Insieme, vanno lontano

Abbiamo 29 e 28 anni, scriviamo dalla Costiera amalfitana. Smart Coasting, la nostra startup, nasce a dicembre 2020, durante il secondo lockdown. Scuole chiuse e turismo bloccato. Io, precaria a scuola, non vengo chiamata a insegnare. Giovanna, Partita Iva di servizi turistici, è stroncata sul nascere. Entrambe laureate, io in Lettere classiche con esperienze di insegnamento universitario in Inghilterra, lei in Mediazione linguistica e culturale con esperienza nel settore dell'ospitalità in Inghilterra e in Australia, decidiamo di ripartire dal nostro know-how. In una notte nasce il canale Instagram di Smart Coasting. Creiamo due rubriche, Smartea ed English Smarties: attraverso quiz, video lezioni e post, iniziamo a promuovere le nostre lezioni private di latino, greco, antropologia del mondo antico e inglese. Iniziamo a guadagnare con le nostre lezioni. Altre donne si rivolgono a noi. Il nostro network si tinge di rosa (su 12 collaboratori, 11 donne) e si allarga. Il primo corso di Storia locale della Costiera amalfitana raggiunge gli Usa e sarà tradotto in inglese. Partiranno corsi di formazione turistica, come excel base, word, gestione email, property management, e-commerce. Abbiamo anche sviluppato il ramo Smart Resourcing, divenendo così la prima Hr agency della zona.

**Antonella Florio e Giovanna Villani**



## Rifugio cerca sostenitori

Siamo due ragazzi di Macerata con una grande passione per i Monti Sibillini e dal 2016 gestiamo il Rifugio Casali. Dopo averlo ristrutturato, avevamo aperto nel mese di luglio, ma i terremoti del 2016 hanno reso inagibile il rifugio e inaccessibile la frazione, nel Comune di Ussita. La strada per il paese è franata e si sta ancora lavorando al ripristino. Abbiamo delocalizzato il ristorante in moduli prefabbricati e stiamo allestendo la zona notte. Abbiamo già realizzato i lavori di urbanizzazione, posiamo e sistemiamo le camere. Attraverso una campagna di crowdfunding su Produzioni dal Basso, chiediamo la partecipazione di tutti coloro che hanno a cuore il destino di questi luoghi unici (<https://sostieni.link/28502>). Il sostegno ricevuto troverà una testimonianza nel nuovo locale, perché aiutarci significa aiutare un territorio intero a ritrovare speranza e vitalità. Per questo stiamo decorando una parete del rifugio con i selfie dei sostenitori. Per info: <https://sostieni.link/28502>  
**Luca Ballesi e Claudio Menichelli**



## «Siamo i Cupidi italiani»

**N**on è un'App di *dating*. Si chiama Comehome ed è stata fondata nel 2017 da Michele Cesario, Daniele Chierchia, Federico Santaroni e Andrea Vitale, tra i 32 e i 35 anni, ex studenti fuori sede a Milano. «L'idea è quella di un social "antisocial", cioè che usa la tecnologia per connettersi nella vita reale. Per facilitare la conoscenza di persone nuove» ci ha raccontato il Ceo Michele Cesario. «Gli host possono organizzare qualsiasi forma di esperienza, da un aperitivo in un locale a un picnic a una gita. Inseriscono i posti disponibili e la quota di partecipazione. Ci si accredita online, noi tratteniamo una commissione». Sono stati organizzati più di 12mila eventi, con punte di 700-800 al mese. Alcuni in partnership con brand (Absolut, Mondadori, Smartbox), che mandano materiale, come nel caso di Absolut per gli aperitivi» aggiunge Michele. Città: Roma, Torino, Milano e Barcellona. Fascia d'età prevalente: 25-45 anni. «Agli eventi fisici (15-20 euro) abbiamo affiancato quelli online (5 euro). In questo caso si gioca: *Taboo, Dixit, Lupus in fabula...*» continua Michele. Comehome è stata lanciata con pochissimi soldi, senza investimento iniziale. «I primi finanziamenti sono arrivati dagli stessi host e da uno dei primi brand (40mila euro) che hanno creduto in noi. I successivi nel 2019 da un crowdfunding (400mila euro) e da lag (400mila), ma prima avevamo preso tante porte in faccia. Non è facile proporre un social agli investitori». Risultati: 150mila euro di fatturato nel 2020. **INFO:** <https://comehome.fun>



## In spiaggia niente code

L'87% degli italiani nell'estate 2021 ha deciso di passare le ferie in Italia, il 93% teme file e affollamenti (*sondaggio XChannel*). Ci sono regole negli stabilimenti balneari per il distanziamento. E App che aiutano a prenotare il posto al sole nei migliori beach club. «Riva Booking funziona come le prenotazioni delle poltrone al cinema o il booking negli hotel» spiega Yor Balini, Ceo e ideatore dell'App, con Diana Danza e Ottavio Di Paolo. «Da aprile a oggi, sono decine gli stabilimenti che ogni settimana entrano nel nostro network». Business model: una piccola commissione su ogni prenotazione. «Niente stress o schede dati da compilare. Ci pensa l'App». **INFO:** <https://www.rivabooking.it>

## Fresco sostenibile sotto il sole

Il sole rinfresca? Sì, grazie all'ombrellone da spiaggia realizzato da Sammontana, azienda di gelati, e lo studio di design Carlo Ratti e Associati. Un pannello fotovoltaico pieghevole, progettato dall'architetto Italo Rota, con la consulenza dell'ingegnere Chuck Hoberman, ispirato dalle tecnologie spaziali, genera elettricità per la refrigerazione e il raffreddamento, con nebulizzazione di acqua. E per un minibar. Gli ombrelloni sono stati presentati a Milano, da giugno, alla Biblioteca degli Alberi Milano Park. **INFO:** <https://bam.milano.it/lidobam-lenergia-del-sorriso-sammontana>





## Arrivano le stanze per parlare su Facebook

Facebook affronta Clubhouse, lanciando nuovi prodotti audio. Tra questi Live Audio Rooms, partito negli Usa il 21 giugno, su ios. I primi host sono personaggi pubblici o creatori di contenuti verificati, ma saranno ammessi sempre più relatori, podcast e gruppi e, soprattutto, tutti gli utenti Usa di Facebook potranno ascoltare. Le funzionalità base sono simili a Clubhouse: host in alto, ascoltatori sotto, possibilità di richiedere la parola con appositi pulsanti. Ma gli host possono anche ammettere ascoltatori tra i relatori e il pubblico mostra apprezzamento e sostegno con apposite stelle. Prima del lancio, Live Audio Rooms è stato testato internamente a Facebook e a Taiwan (TechCrunch). E Mark Zuckerberg ha anche partecipato a discussioni su Clubhouse sul futuro dell'audio. Prima di creare stanze tutte sue.



## MATT THE FARMER, INSEGNA L'ORTO SU YOUTUBE

Come vangare il terreno per l'orto? Motozappa o motocoltivatore? Zucchine gialle che non partono? I video di Matteo Fiocco, alias Matt The Farmer, con cui insegna l'agricoltura ai principianti, hanno totalizzato in 8 anni 51 milioni di visualizzazioni su YouTube. I follower sono quasi 300mila. Anche su Instagram è molto seguito. Bresciano, ha iniziato nel 2013 coltivando pomodori ed erbe aromatiche sul balcone di casa, postando qualche video per gioco. Poi ha comprato un appezzamento di terreno (80x30 m) in Franciacorta, investendo 32mila euro. Il terreno sfama lui e la sua famiglia, il resto lo fanno i proventi che arrivano dalle aziende del settore agricolo che desiderano comunicare attraverso i suoi video. È la logica degli influencer. Lui la chiama "comunicazione agricola". **INFO:** [www.mattthefarmer.it](http://www.mattthefarmer.it)



## IMPRENDITORI IN ERBA

A Lecce nasce WeDo Academy, per l'educazione imprenditoriale di ragazzi e ragazze tra i 10 e i 19 anni. Imprenditori e startupper offrono le loro esperienze, nello spirito del *give back*: restituire una parte del successo ottenuto per motivare le giovani generazioni. Il loro lavoro è volontario. I ragazzi saranno anche impegnati in laboratori di sviluppo di microidee imprenditoriali, in team seguiti da coach e mentor. L'Academy coinvolge aziende e imprenditori per l'iniziativa *Supporta un piccolo imprenditore in erba*: contribuiranno alla formazione con borse di studio. Il Summer camp, dal 12 al 16 luglio 2021, ha un costo di iscrizione e uno di frequenza: 100+300 euro. La quota di frequenza potrà essere coperta dai "Supporter" dell'Academy. **INFO:** [www.we-do.academy](http://www.we-do.academy)

## Quanto vale la mia laurea?



- Se sei **donna**, guadagni in ogni caso **-18%**
- Se sei un **informatico**, in 5 anni trovi lavoro nel **97%** dei casi e guadagni in media 1.800 euro.
- Poco sotto ti situi se sei un **ingegnere** (industriale e dell'informazione).
- A seguire i **medici** (qui le donne sono più penalizzate).
- Con la **laurea in Economia**, lavori nel **91%** dei casi e guadagni 1.600 euro circa.

In fondo alla classifica i **laureati in lettere** (il **25%** a spasso dopo 5 anni, 1.300 euro al mese) e quelli in Psicologia (1.160).

Fonte: rapporto AlmaLaurea.



## Il furgone fai da te

«Con meno di 2.000 euro abbiamo trasformato un vecchio furgone Peugeot degli anni Settanta nella nostra seconda casa e in una star su Instagram». A parlare così è una coppia di irlandesi, Conor Lowndes e Mattie Hanahoe, trapiantati a Milano. Il budget contenuto ha aguzzato l'ingegno. A fare la differenza, poi, l'inventiva, l'aiuto degli sfasciacarrozze e i consigli ricevuti online. Sì, perché i due giovani (lui ha una borsa di studio come ricercatore, lei studia Economia) hanno creato un profilo su Instagram, con cui è possibile seguire i loro viaggi "slow".

INFO: [instagram.com/our\\_venturing\\_van](https://www.instagram.com/our_venturing_van)

## “Avrei voglia di qualcosa...”

Ambrogio ti dà tutto il suo sostegno, da buon maggiordomo. Tavolino, servo muto, è in EcoAllene, un materiale innovativo. Deriva dal riciclo di poliaccoppiati, un film plastico e metallico uniti, che troviamo nell'involucro degli imballi alimentari. Non si separano i componenti, si aggregano e si ricicla qualcosa che altrimenti finirebbe in discarica. Design Favaretto&Partners. Prezzo: 189 euro. INFO: <https://slidedesign.it>



## Il franchising della vela

**A** Cagliari lo stanno testando da 5 anni. E ora sono pronti a moltiplicare sistema e servizi in tutta Italia. Riccardo Cao, Carlo Marongiu, fondatore con Riccardo del Sant'Efisia Sailing Team, e Stefano Malcangi, fondatore di una società di comunicazione, hanno creato Sailover e avviato 3 basi nautiche in Sardegna: Marina Piccola, Capitana e Teulada, ospitano oltre 5.000 persone a bordo. Ora cercano affiliati per aprire nuove basi. Requisiti: essere una ditta individuale, società o associazione. Anche skipper indipendenti. Investimento richiesto: 15mila euro se hai già la barca. Se no, il franchisor ti vende nel pacchetto di affiliazione (150mila euro) la Sailover One, design e produzione in Sardegna, ecologica e di facile accessibilità, massimi comfort e funzionalità. Il franchisee offrirà servizio di noleggio barche a vela a breve termine e avrà supporto completo dal franchisor, dalla formazione allo sviluppo, servizi compresi. Oltre alla fee d'ingresso, non sono richiesti altri canoni, ma si propone una redistribuzione degli incassi (70% affiliato e 30% società) per i servizi di noleggio (30% affiliato e 70% società). E i servizi food & beverage e merchandising. «Vogliamo sviluppare un modello sostenibile che permetta a chiunque di uscire in mare: come un vero armatore, ma senza le controindicazioni della proprietà di una barca a vela» spiega Cao. Abbiamo selezionato le località più idonee a ospitare le nostre basi, operative dal 2022». INFO: [www.sailover.net/APRI-LA-TUA-BASE](http://www.sailover.net/APRI-LA-TUA-BASE)





Poesia e ironia. Ma anche gusto per il colore, dinamismo e grande capacità di evocazione. **Riccardo Guasco** mette tutto questo nelle sue illustrazioni. E nella nostra copertina

## «L'ispirazione? Mi è arrivata dai manifesti del secolo scorso»

«**S**ono innamorato del manifesto pubblicitario come mezzo di comunicazione. Un mezzo per me per salire sulle spalle dei giganti. Una tradizione che ho riscoperto. Le mie immagini vogliono far sorridere gli occhi» racconta Riccardo Guasco, detto Rik. Illustratore e pittore nato ad Alessandria, ha 46 anni. Pluripremiato in concorsi, le sue illustrazioni appaiono su campagne pubblicitarie, riviste, libri, navi e biciclette. Ha collaborato con The New Yorker, Eni, Tim, Poste Italiane, Nastro Azzurro, Moby, Martini, Ferrari, Agnesi, Touring Club Italiano, Repubblica, Esselunga, Emergency, Greenpeace, Rai...

**Avremo un nuovo Rinascimento?** «Un Rinascimento ci sarà, dopo questo brutto periodo, un po' per sopravvivere e non piangerci addosso, un po' perché siamo creativi».

**La tecnologia ci farà percorrere strade poco artistiche?** «No, anzi. Io uso ogni mezzo, dalla matita al computer. Se l'avessero avuto artisti sperimentatori come Picasso, avrebbero fatto grandi cose. È brutto chiudersi, l'abbiamo fatto già



troppo durante il Covid. Ora apprezziamo davvero cose che davamo per scontate: una mostra, uno spettacolo dal vivo».

**Come sei arrivato a fare questo mestiere?**

«Ho passione per il disegno da sempre. I miei mi hanno permesso di fare studi d'arte, fino all'Accademia Albertina, a Torino. Non pensavo di poterne fare un lavoro. Ho iniziato come grafico e art director in un'agenzia pubblicitaria a Milano, poi ho scelto di insegnare Informatica, in una scuola, per avere tempo la sera da dedicare al disegno. Un hobby senza pretese, che ha trovato visibilità sul mio sito, dove mettevo i miei lavori. Sono piaciuti. Da 10 anni mi sono messo in proprio e faccio l'illustratore a tempo pieno».

**Consigliaresti la tua professione a un giovane?**

«**Tantissimo. Mi sveglio e mi sento fortunato, perché faccio quello che mi piace. Disegnare è come parlare, lo fai senza fatica.** E puoi usare il disegno per comunicare con tutto il mondo, tramite il Web. Poi, c'è lo stimolo di risolvere il problema comunicativo del tuo committente. Non ti annoi mai».

**Come cominciare?** «Compra un libro di anatomia per imparare le basi, fai un corso di disegno, leggi libri, esercitati tanto con matita e fogli. E, per trovare clienti, realizza un portfolio di 12-15 disegni, pubblicalo sul tuo sito e sui social, mandalo a editori e agenzie. Importante: scegli in che direzione andare, per esempio la letteratura per ragazzi, e sii coerente nel portfolio. Attenzione a pubblicare immagini banali, clonate: ti possono rovinare la reputazione. Invece se lavori bene, il passaparola ti fa conoscere in tempi brevi, molto facilmente».

**I tuoi anni 20 cosa ti riservano?** «La nascita del mio secondo figlio e un trasferimento a Chiavari (Ge). Il mare, il cambio di luce e clima può far tanto per la creatività, colori, idee di chi disegna» ([riccardogiasco.tumblr.com](https://www.riccardogiasco.tumblr.com)).

# Progetto.

# Assistenza.



**Progetto Assistenza mette insieme il meglio di te.**

**Diventa imprenditore nell'assistenza domiciliare per anziani, disabili e persone con fragilità.**

Apri un centro Progetto Assistenza, il **network nazionale di assistenza domiciliare** che cresce costantemente da oltre 10 anni. Con noi tutto è più facile:



**Approfitti di un mercato in espansione**, in Italia gli over 80 sono circa 3,5 milioni e nel 2050 raggiungeranno gli 8 milioni.



**Entri in una grande organizzazione**, con un format collaudato e nuovi servizi tecnologicamente avanzati come la **telemedicina**.



**Ottieni un programma di formazione manageriale**, un'assistenza continua e **tutti i vantaggi dell'esclusiva territoriale**.

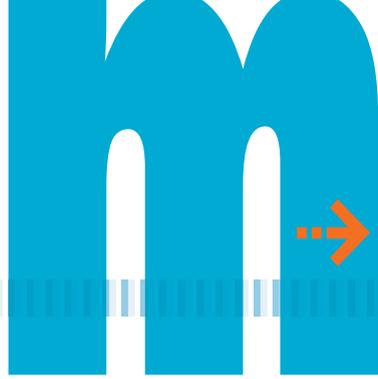
Progetta insieme a noi il tuo successo.

**Contattaci subito:**



info@progetto-assistenza.it  
www.progetto-assistenza.it





# ISPIRAZIONI

**#LETTERA A MIO FIGLIO...**  
**SULLA LEADERSHIP (AL FEMMINILE)**

## Il soffitto di cristallo

Tre grandi  
donne  
raccontano  
come  
spingersi  
verso  
l'innovazione

a cura di Eleonora Chioda,  
e.chioda@millionaire.it



**L'AMMINISTRATORE DELEGATO DI  
MICROSOFT ITALIA**

**Silvia Candiani**

È la prima donna a ricoprire questo ruolo. Laurea in Economia all'Università Bocconi, master in Business Administration presso l'Insead di Fontainebleau, un lavoro come consulente in McKinsey, una lunga esperienza in Vodafone. Silvia Candiani, dal 2017 è l'amministratore delegato di Microsoft Italia. «La mia palestra è stata il lavoro in McKinsey: mi ha insegnato il metodo, la capacità di affrontare un problema e risolverlo scomponendolo in piccoli pezzi, analizzarne i dati, organizzare un progetto, coordinare un team e saperlo motivare» ci ha raccontato in un'intervista.

**L'IMPRENDITRICE  
Luisa Todini**

Ha iniziato la sua attività nel settore delle costruzioni di grandi opere. Luisa Todini è proprietaria e presidente della Todini Finanziaria, holding attiva nel settore della finanza di impresa, energie rinnovabili, agricolo, hospitality e real estate. È presidente di Green Arrow Capital Sgr e di Net Insurance. È presidente di Green Arrow.



**L'INNOVATRICE  
Riccarda Zezza**

Premiata nel 2018 come *Most influent and innovative woman* (Fortune Italia) ha fondato Lifeed, una scaleup che trasforma le transizioni di vita in opportunità. Ha inoltre creato una piattaforma che valuta la maternità come un master. «La maternità è un periodo in cui si acquisiscono competenze molto importanti per il mondo del lavoro: empatia, ascolto, problem solving, gestione dei conflitti».





L'AMMINISTRATORE DELEGATO DI  
MICROSOFT ITALIA

Silvia Candiani

«Scegliete  
le materie  
scientifiche...  
(soprattutto se  
siete donne)»

In un momento di profondi cambiamenti come quello attuale, vorrei rivolgere un pensiero ai ragazzi che proprio in questi anni si accingono a fare scelte cruciali per il loro futuro.

Penso ai miei due figli, a tutti gli adolescenti e ai giovani

che, in un mondo completamente rivoluzionato dall'emergenza sanitaria, si trovano a dover delineare il proprio percorso formativo e professionale, scegliendo la strada dell'università o l'ingresso nel mondo del lavoro e che probabilmente si stanno ponendo la faticosa domanda "Cosa voglio fare da grande?". Arduo per le nuove generazioni riuscire a darsi una risposta. Lo è stato per tutti noi, anni fa, figuriamoci quanto complesso sia ora, in un mondo che già prima della pandemia cambiava a ritmi molto più rapidi rispetto a prima. Penso soprattutto alle ragazze che vedono la parità di genere nel mondo del lavoro come ancora un obiettivo lontano, purtroppo le notizie di attualità che continuiamo a leggere in questi ultimi mesi non sono confortanti da questo punto di vista.



## PERCHÉ L'ABBIAMO SCELTA

Amministratore delegato di Microsoft Italia dal 2017, Silvia Candiani guida un team di 850 collaboratori e una rete di 10.000 partner con l'obiettivo di portare innovazione nel nostro Paese. Nel maggio 2020, Silvia Candiani ha lanciato il piano Ambizione Italia DigitalRestart, con un investimento di 1,5 miliardi di dollari per supportare l'innovazione e la crescita del Paese. Laurea in Bocconi, Master in Business

Administration presso l'Insead di Fontainebleau, prima di Microsoft ha maturato una lunga esperienza in Vodafone, McKinsey e San Paolo Imi. Da tempo è impegnata nel sostenere la leadership al femminile nelle imprese italiane e ha contribuito alla creazione di ValoreD, prima associazione di imprese che promuove la diversità, il talento delle donne per la crescita delle aziende e del Paese. Ha due figli.

Nel nostro Paese ci sono settori, come quello dell'innovazione digitale e delle nuove tecnologie, dove la rappresentanza di genere è ancora lontana. Mercati dove le opportunità di lavoro continueranno a crescere nel prossimo futuro e dove sono sempre più necessarie figure professionali qualificate.

Ecco, quello che suggerisco a tutti i ragazzi, e in particolare alle ragazze, è di **essere coraggiosi**

e di scegliere le materie STEAM (*scienza, tecnologia, ingegneria, arti e matematica*, ndr). Secondo dati recenti, per esempio, nonostante le studentesse che si iscrivono all'università siano più numerose dei coetanei maschi, **solo il 18% sceglie una laurea in discipline scientifiche** (*Report AlmaLaurea*). Numerosi sono i fattori che scendono in campo nella decisione: primo fra tutti, permane ancora quello stereotipo secondo cui le donne e le materie scientifiche non siano compatibili, pregiudizio che inevitabilmente crea una sorta di barriera psicologica per le donne, che fin da bambine sono portate a sentirsi inferiori ai maschi in questi ambiti. La mancanza di modelli femminili a cui ispirarsi è purtroppo un altro deterrente, oltre all'annoso problema del *gender pay gap*, trasversale a tutti i settori.

Se siete appassionate di matematica e vi piacciono le materie scientifiche, **non rinunciate alla vostra passione per paura di non farcela o perché temete i pregiudizi** che purtroppo pervadono ancora la nostra società. I trend digitali come l'intelligenza artificiale e il Cloud stanno creando opportunità straordinarie di crescita per il nostro Paese e tutte voi potete scegliere questa strada e contribuire a creare un futuro migliore. Il nostro compito, delle aziende e delle istituzioni, è quello di impegnarci affinché nella società odierna siano sradicati questi pregiudizi e di aiutarvi a comprendere che **la tecnologia è uno strumento a disposizione di tutti gli individui, grazie al quale esprimere la propria creatività, creare nuove soluzioni, trovare nuovi sbocchi professionali.**

Nell'azienda in cui lavoro siamo molto attenti a tutti questi aspetti e ci impegniamo a dare un contributo concreto in questo senso, facendo leva sulla nostra esperienza e sul lavoro sinergico con i nostri partner.

**Crediamo fortemente nella possibilità di ispirare anche altre aziende a seguire il nostro esempio per valorizzare la diversità**

e per promuovere in generale percorsi di studio nelle materie scientifiche tra i giovani. Con Ambizione Italia, per esempio, un progetto molto ampio di formazione, aggiornamento e riqualificazione delle competenze in chiave digitale rivolto sia a studenti e studentesse sia ai professionisti, vogliamo accelerare la trasformazione digitale del Paese e sostenere l'occupazione e la crescita. Abbiamo formato 1,3 milioni di italiani negli ultimi mesi e puntiamo a raggiungerne 3 entro il 2023.

Collaboriamo inoltre da diversi anni con Fondazione Mondo Digitale nel contesto del programma Coding Girls, che da un lato offre alle ragazze competenze digitali per immaginare il loro futuro in un percorso di studi STEAM, dall'altro le affianca anche con sessioni di *role modeling*, mettendo in connessione le studentesse con le colleghe che ogni giorno affrontano le sfide di inclusione all'interno di contesti professionali.

**Quindi avanti tutta, il futuro aspetta solo di essere creato, da voi!**

Silvia Candiani

## L'INNOVATRICE

Riccarda Zezza

Cari piccoli, qualche volta mi domando che cosa vi resterà di me, che impronta sto lasciando nelle vostre vite, così diverse dalla mia. Non so rispondermi, ma posso già dirvi che impronta avete dato voi alla mia, di vita. Prima che arrivaste, stavo correndo una gara preimpostata senza farmi tante domande. Pensavo che tutto dovesse avere un senso senza che a darglielo fossi io e, soprattutto, pensavo di avere molto da dimostrare a tutti: imparando, eseguendo, eccellendo. Ero convinta che, se avessi fatto tutto per bene, avrei dato il mio contributo a un sistema funzionale, avrei partecipato al progresso. Quella fase della mia vita (lo psicanalista Erik Erikson la chiama *prima età adulta*) non è durata poco: quando ho avuto Marta lavoravo già da 11 anni, quando ho avuto Luca da 14.



«Le stanze dei bottoni hanno bisogno di diversità»

Ero una manager, ma non una leader. Non ero riuscita a entrare nel sistema: non vi corrispondevo. Avevo responsabilità, budget e in qualche modo anche influenza, ma non potere. Per un motivo o per un altro, il potere sembrava non fare per me. Non me ne crucciavo più di tanto: in fondo non è meglio stare defilati, influenzare le cose col duro lavoro e da dietro le quinte? Non dà più soddisfazione risolvere ogni giorno mille piccoli problemi che dover tracciare grandi strategie e fare tutto il lavoro politico che serve (quanta teoria!) per essere all'origine delle decisioni importanti? Non mi identificavo col potere e non soffrivo dall'esserne tenuta lontana.

**Quando siete nati voi, è iniziata una nuova fase della mia vita. La maternità mi ha dato risposte sorprendenti a domande che nemmeno sapevo di avere.**

Mi ha fatto scoprire, molto banalmente, che non posso scegliere se essere amata, ma posso scegliere di amare. È stato come affondare un'ancora nel centro del mondo e trovare il mio perno per diventare, finalmente, grande. Erikson la chiama *seconda età adulta*: è quando ci accorgiamo che il mondo ha bisogno di noi, di quel che siamo e di quel che sappiamo, e al contempo abbiamo accumulato abbastanza sostanza da avere di che fiorire. Nella *seconda età adulta* abbiamo così tanta energia, dice Erikson, che se non generiamo (non solo figli: imprese, progetti, idee, oggetti) rischiamo la stagnazione e l'auto-assorbimento.

È stato come aprire gli occhi per la seconda volta e scoprire un mondo in cui tutto mi riguarda, perché è il mondo in cui vivete voi. Il tempo della mia vita si è allungato oltre la mia morte perché voi ci sarete ancora, quindi anche il mondo ci sarà, senza di me. È una consapevolezza dirompente: estende il senso di responsabilità nello spazio e nel tempo, e dà una visione completamente nuova del potere.

**L'amore trasforma la responsabilità in potere**

e su questo le donne possono essere maestre. Si tratta di un modello di leadership che oggi ancora "non c'entra": checché se ne dica, sembrano irrinunciabili comando e controllo, sembrano imprescindibili forza e dimensioni e resta il fascino per velocità e accelerazione, nonostante siano stati i fattori che ci hanno portato alle crisi contemporanee. Ma non è una leadership sconosciuta alla nostra specie: la capacità di prendersi cura gli uni degli altri è stata infatti alla base della nostra sopravvivenza come specie, anche di più della nostra capacità di cacciare. Si tratta quindi di un istinto umano fondamentale: tanto fondamentale che viene biologicamente premiato con un senso di benessere quando lo compiamo. Non adrenalina (quella delle accelerazioni), ma ossitocina: quella delle emozioni e dei legami. Fino a 18 mesi fa, saperci prendere cura gli uni degli altri e saper collaborare erano considerate caratteristiche bellissime, ma non prioritarie. Non essenziali al progresso. Oggi una *leadership caring*, che sa vedere la complessità e tollerarne le incertezze, che sa far spazio alle emozioni proprie e altrui, che sa immaginare soluzioni *win-win* e proporre giochi non a somma zero (in cui vincono tutti) è necessaria, urgente,

vitale. Dobbiamo ripensare radicalmente la leadership e, come donne, in questo abbiamo non solo una responsabilità, ma anche un grande potere. Le stanze dei bottoni hanno bisogno di diversità e l'economia ha bisogno di cura. Il Pianeta intero non può più attendere che le cose cambino gradualmente: tutto va troppo veloce, anche l'insostenibilità dei vecchi modelli.

**Quel che serve oggi è proprio ciò che ci ha fatto a lungo sentire inadeguate: la sensibilità alle emozioni, quell'intuito che fa decidere nell'incertezza, l'intelligenza emotiva, i cambiamenti ormonali che ci portano continuamente nuove domande e, soprattutto, una visione del mondo che fonda le proprie radici nella vita e nella difesa dei più deboli.**

Cari piccoli, voi lo avete già visto con me, nella stanchezza che spesso porto a casa la sera, che proporre nuovi modelli è tutt'altro che facile. Alcune volte piangerei dalla rabbia di non essere capita. Sono spaventata all'idea che non ce la farò, a cambiare le cose. Ecco, la leadership che sento è una forza e un peso, un potere e una grande responsabilità. È una nuova cornice, ma il contenuto c'è già dalla notte dei tempi... e questa è la mia più grande speranza.

*Riccarda Zezza*

## PERCHÉ L'ABBIAMO SCELTA

Riccarda Zezza, premiata nel 2018 come *Most influent and innovative woman* (*Fortune Italia*), dopo 15 anni come manager in grandi aziende e la nascita dei suoi due figli, ha fondato Lifested, piattaforma di apprendimento che, attraverso il metodo da lei ideato (Life Based Learning), trasforma le transizioni di vita e le relazioni di cura in opportunità di sviluppo di competenze e di risorse. Oggi Lifested è una

scale up riconosciuta a livello internazionale per la sua efficacia e innovazione ad alto impatto sociale ed è utilizzata da 20.000 persone in 80 aziende. Co-autrice del long seller *Maam - La maternità è un master*, Riccarda è *fellows* di Ashoka, l'Ong che seleziona i migliori innovatori sociali del mondo, e di Unreasonable Institute, nell'ambito dell'esclusivo programma sul Futuro del Lavoro.





L'IMPREDITRICE

Luisa Todini

## «La vita potrà toglierti tutto, ma non la capacità di sapere»

### Per Olimpia

Dedico queste mie righe ai tuoi meravigliosi 18 anni appena raggiunti. Anni densi di curiosità, emozioni, passioni. Tesoro mio, **usa sempre la tua testa, ma soprattutto il cuore. Non aver paura del confronto e neanche dello scontro**, quello che fa crescere, amare, accettare e migliorare. Tu sei unica come unico è ogni essere umano che incontrerai sul tuo cammino umano e professionale. **Vivi e cogli la bellezza del mondo che ti circonda**, anche quando bello non sarà e avrà bisogno dei tuoi colori e delle tue pennellate per riacquisire piacevolezza. **Coltiva la conoscenza**, quella dei libri e quella della vita, perché la vita stessa potrà toglierti l'affetto, la salute, la libertà, il successo, il denaro, ma niente e nessuno potrà toglierti mai la capacità di sapere, elaborare, conoscere.

Facendoti sorridere, ti ho sempre detto che noi donne siamo un po' degli Ogm, "geneticamente modificate" e pronte per essere "madi". Siamo madi anche se non abbiamo figli nostri, siamo madi dentro, siamo portatrici di quella maternità che ci rende punti di riferimento nella vita privata come in quella professionale e ci permette di vedere oltre, senza dimenticare chi abbiamo accanto.

Non smettere mai di esercitare la tua curiosità e la tua meraviglia. E sogna! Continua a sognare, perché solo così potrai realizzare. Guarda indietro per guardare meglio avanti. Guarda con il desiderio di vedere e trattenere nel cuore. A breve sarai altrove per una vita solo tua. Prendila tutta per dedicarla a chi ami senza mai dimenticare chi ha bisogno di te.

**Festeggerai i tuoi successi e piangerai per i tuoi fallimenti.** Le risa come le lacrime fanno parte della nostra esistenza e della nostra crescita. Sii fedele a te stessa e sorridi con gli occhi e con il cuore.

*Luisa Todini*

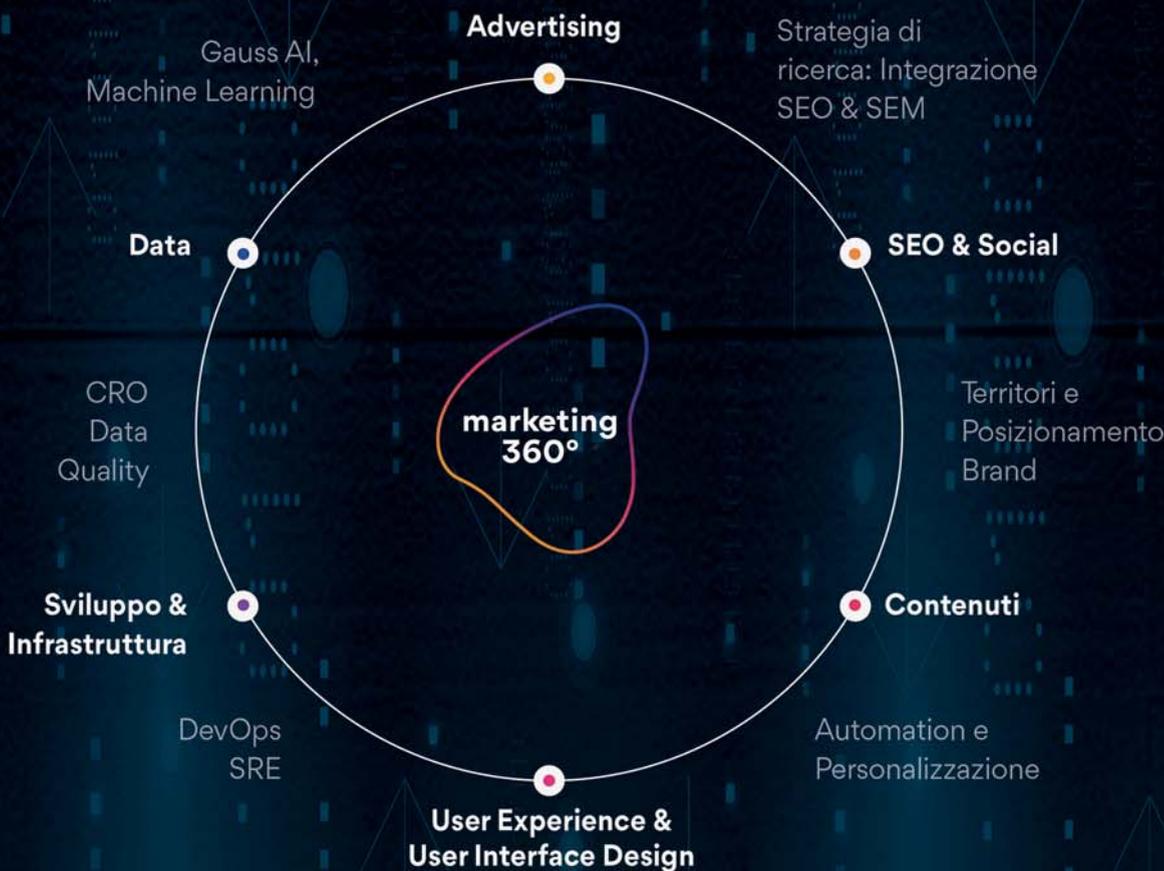
### PERCHÉ L'ABBIAMO SCELTA

Laurea in Giurisprudenza, Luisa Todini ha iniziato la sua attività nel settore delle costruzioni di grandi opere. È proprietaria e presidente della Todini Finanziaria, holding attiva nel settore della finanza di impresa, energie rinnovabili, agricolo, hospitality e real estate. È presidente di Green Arrow Capital Sgr, di Net Insurance, e del Comitato Leonardo, associazione che promuove il Made in Italy all'estero. È presidente onorario del Foro di dialogo delle società civili tra Italia e Russia, presidente di Agronetwerk, associazione fondata da Confindustria, LUISS e Nomisma per lo sviluppo e l'innovazione della filiera agroalimentare in Italia e all'estero. 





IL TUO PARTNER DI INNOVAZIONE DIGITALE



**LA SCIENZA DEI DATI.  
STRATEGIE PERSONALIZZATE.  
TECNOLOGIA.**

**IL TUO MARKETING VINGENTE**

[www.makingscience.com/it/](http://www.makingscience.com/it/)

MADRID BARCELONA VALENCIA LISBONA PARIGI LONDRA DUBLINO  
MILANO RIMINI PADOVA MIAMI NUOVA YORK MESSICO BOGOTÀ

## Caregiver innovativi

Cresce la voglia di sentirsi belli, sani e di allontanare le paure del virus

In tempi di pandemia la cura del corpo e la salvezza dell'anima si sono dimostrati più intrecciati che mai. La cura della salute e la salvezza dell'anima sono diventati per milioni di persone i punti essenziali da cui ripartire. Se ripensiamo a quanto un anno fa fosse così poco rilevante la riflessione sul sistema sanitario, rimaniamo sconcertati. Ci curavamo molto dell'aspetto e poco delle reali patologie: il corpo sano era al centro di mille pratiche salutiste, ma quello malato era dimenticato, allontanato, rimosso. Siamo stati costretti a riassumerlo come una priorità assoluta ed è in questa dimensione che si apriranno opportunità per nuovi mestieri e professioni: dagli infermieri ai medici, dagli assistenti domiciliari agli operatori socio-sanitari. Siamo stati costretti a inglobare nel nostro immaginario visi segnati, corpi logorati, persone consumate dal virus e dalla mancanza di respiro: avremo bisogno di cura anche in termini di sostegno quotidiano, non solo per sentirsi belli e sani, ma anche per allontanare le paure della malattia. Farmacisti e psicologi dovranno integrare le loro competenze anche in questa direzione. Ha scritto il filosofo Salvatore Natoli: «Il corpo sano sente il mondo, il corpo malato sente il corpo, lo percepisce nella forma dell'ostacolo...».

È inevitabile che la ricerca di protezione rimarrà al centro delle nostre preoccupazioni per molti anni, forse per sempre, così come il ricordo della malnutrizione e della fame ha segnato la generazione cresciuta in guerra. Dovremo affrontare i mille disagi psicologici dei più giovani, il dilagare dei disturbi alimentari, l'insonnia che cresce negli adulti, il dramma dei malati oncologici che Massimo Scaccabarozzi, presidente di Farmindustria, ha definito "la seconda pandemia". Affronteremo quelli che impropriamente definiamo effetti collaterali del Covid-19 e che collaterali non sono: i disturbi del sonno, le patologie alimentari, la depressione a tutte le età. Dovremo integrare il sistema sanitario con giovani specialisti attenti e preparati che in ciascuna di queste aree siano nodi di una rete più ampia che cura e che salva.



©ecoxparisbicycling

### > IL CASO

#### Il veicolo eco per medici nel traffico

Più che una bici elettrica, Emergency Bikes è il primo veicolo che aiuta i medici del pronto soccorso a muoversi quando il traffico paralizza la città o in particolari emergenze mediche. L'agenzia Wunderman Thompson Paris ha avuto l'idea di proporre a Ecox, lo specialista delle bici elettriche, il progetto di una bicicletta pensata per aiutare i medici del pronto soccorso per ridurre i loro tempi di risposta. Emergency Bikes è un concentrato di tecnologie immaginate seguendo un preciso disciplinare stabilito dai medici del settore: un veicolo ecologico che può trasportare attrezzature mediche complete, intrufolarsi nel traffico enorme e parcheggiare più facilmente,

consentendo di raggiungere i luoghi di intervento due volte più rapidamente in caso di sciopero o incidente stradale. «Più che un oggetto o un mezzo, Emergency Bikes è uno studio medico mobile in costante miglioramento» dichiara Ecox, che dal primo lancio con i medici delle emergenze mediche di Parigi ha già ricevuto dozzine di richieste da altri servizi di emergenza per creare nuove biciclette di emergenza su misura per specifiche esigenze.



**\* IL NOSTRO ESPERTO.**  
**UN GRANDE SOCIOLOGO FIRMA MILLIONAIRE** Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab, è docente alla Domus Academy, al Politecnico di Milano. I suoi ultimi libri si intitolano *Il bello del mondo*, *Un futuro + umano* e *La rinascita dell'Italia* (Egea). È l'ideatore del Festival della Crescita, un tour in 10 città sulla crescita felice. INFO: [www.futureconceptlab.com](http://www.futureconceptlab.com)



Pronti per  
il ritorno  
al futuro  
(del lavoro)?

## Ibrido o da remoto? A casa o in ufficio? Come sarà la prossima fase: staremo meglio o peggio?

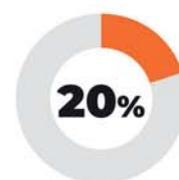
Le persone hanno tante domande, ma anche tante risposte. Tra le più significative:



spera che  
lo spazio di  
lavoro sia verde



punta  
alla libertà di  
espressione di sé



pensa  
soprattutto  
alle relazioni

Con la **piattaforma digitale Lifeed** dai la possibilità ai tuoi dipendenti di vivere questo cambiamento in modo attivo, con **più risorse, competenze e benessere**. Mentre loro apprendono puoi **conoscerli meglio, analizzare e decidere** i prossimi passi della tua azienda.

LIFEED

**70 AZIENDE E 20.000 PERSONE  
HANNO GIÀ SCELTO  
LA PIATTAFORMA INNOVATIVA DI LIFEED.  
UN MOTIVO CI SARÀ.**

**MAIL**  
info@lifeed.io  
**WEB**  
lifeed.io

Fonte dati:  
Analisi di 5.000 riflessioni  
dei partecipanti  
ai percorsi formativi Lifeed



## A quando un sistema operativo europeo?

L'Internet delle cose sollecita nuovi progetti Made in Eu

**A** Milano, presso Talent Garden, nel coworking dove lavoro e dove ha sede il mio laboratorio di fabbricazione digitale, all'inizio del mese di giugno 2021, è stato presentato in anteprima per il mercato italiano il nuovo sistema operativo di Huawei, HarmonyOS. Come sempre, in questo mio spazio mensile, non voglio approfondire questa notizia per fare cronaca o per parlare di tecnicismi legati a questo nuovo software, piuttosto mi sembra interessante commentarla per capire come sta cambiando il mondo della tecnologia e come questi cambiamenti si potranno ripercuotere sul nostro futuro. Fino a oggi, i sistemi operativi per far funzionare gli hardware che ogni cittadino del mondo tiene sulla propria scrivania, nello zaino o in tasca, cioè i miliardi di personal computer, smartphone o tablet, erano tutti made in Usa. Microsoft con Windows, Apple con MacOS e iOS, Google con Android sono tutte aziende che hanno sede negli Stati Uniti. Ci sono stati e sono presenti sul mercato anche altre opzioni che escono dal dominio delle 4 multinazionali Usa, primo fra tutti il sistema operativo open source Linux del geniale finlandese Linus Torvalds, ma è indiscutibile che **in quanto a diffusione, i sistemi operativi d'oltreoceano hanno caratterizzato e stanno caratterizzando il mondo dell'informatica personale da circa 50 anni.**

Forse questo fatto fino a qualche anno fa poteva essere accettato, visto che i computer

e i software erano praticamente locali e pochissimi dati passavano dall'utente ai proprietari dei software, ma oggi, invece, che i nostri *device* sono costantemente collegati alla Rete e i software gestiscono e raccolgono una quantità di dati impressionante sulle nostre abitudini, **governare i sistemi operativi è diventato fondamentale.** Inoltre **nell'epoca dell'Industry 4.0 collegheremo alla rete non solo i classici dispositivi informatici, ma anche i nostri elettrodomestici, le macchine delle nostre fabbriche e le infrastrutture pubbliche delle nostre città.** Per questo Huawei (e la Cina intera), che fino a oggi, per i suoi *device* (tablet e smartphone) utilizzava il sistema operativo Android di Google, ha strategicamente deciso di rendersi autonoma dallo strapotere statunitense, creando un suo sistema operativo, che l'azienda cinese ha definito una vera e propria "piattaforma Internet of Things", finalizzata a operare e connettere altri dispositivi come laptop, smartwatch, auto ed elettrodomestici. Insomma, nell'epoca in cui **tutti dicono che "i dati sono il nuovo petrolio"** e in cui **ci stiamo avviando a collegare qualunque pezzo di mondo fisico alla rete**, forse iniziare a progettare un sistema operativo tutto europeo (European Operating System?) mi sembrerebbe una scelta lungimirante. La mia è una proposta, sperando di non sembrare autarchico, ma credo davvero che una riflessione sia necessaria...



©KrdPag

\* **IL NOSTRO ESPERTO** Massimo Temporelli, co-founder di TheFabLab, fisico, scrittore e storico della tecnologia. Lavora per diffondere la cultura dell'innovazione in università e nelle aziende. Oratore al TEDx Firenze, è stato cerimoniere del TEDx Bergamo. Lavora in Rai e Sky e Radio24 come autore e divulgatore scientifico. Nel 2016 ha vinto il "Federico Faggin Innovation Award". Tra i suoi libri *4 punto 0. Fabbriche, professionisti e prodotti della Quarta rivoluzione industriale* (Hoeppli), *F\*\*\*ing Genius* (HarperCollins) e *Noi siamo tecnologia* (Mondadori).



**Renderti la versione  
migliore di te stesso**  
è il nostro obiettivo

**Accademia di Vendita Professionale si pone come un percorso completo, dedicato a tutti coloro che sentono il bisogno di migliorare le proprie capacità di vendere e negoziare**



64 ore di lezione



Stile interattivo



Teoria e pratica

#VendereSenzaVendersi



**Iscriviti ora compilando il modulo online,  
chiamandoci all' 800 199 648 o scrivendoci  
all'indirizzo [info@accademiavenditaprofessionale.it](mailto:info@accademiavenditaprofessionale.it)  
[accademiavenditaprofessionale.it/corsi/](http://accademiavenditaprofessionale.it/corsi/)**

# L'importanza di chiedere

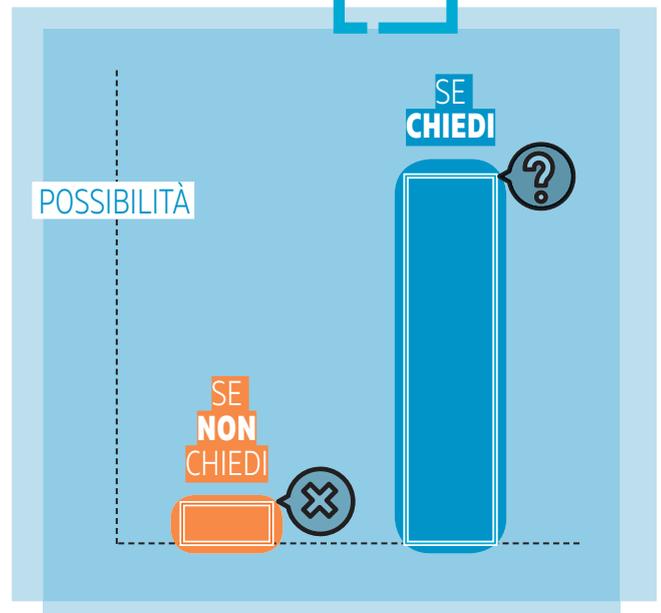


**Perché dovremmo imparare a chiedere quello che desideriamo**

Ti è mai capitato di vedere persone senza particolari talenti scalare le classifiche del successo e chiederti: ma come fanno? Come hanno fatto a passare da stagista a manager in così poco tempo? Cosa fanno che io non faccio? In fin dei conti abbiamo avuto tutti un compagno di università che a fatica passava gli esami, ma che quando si è trattato di carriera ha saputo agilmente e agevolmente fare il salto di ruolo e stipendio che in tanti non fanno in una vita intera.

E quindi, cosa ha fatto di tanto magico? E se la risposta fosse che ha imparato un'importantissima capacità sulla quale non ti sei mai soffermato a pensare? **La capacità di chiedere.** Proprio come quando all'università ti chiedeva prima dell'esame di risolvergli quell'esercizio che non sapeva risolvere. Pensaci bene, se non chiedi la risposta sarà sempre no.

**Se non inseguì quello che desideri, non lo otterrai. Se non fai un passo avanti ogni giorno per raggiungere la meta, rimarrai fermo al palo.**



## Che cosa chiedere dunque?

Valutiamo insieme 4 diversi possibili scenari.

### 1 / Se fai benissimo il tuo lavoro, ti aspetti una promozione

Il tuo capo invece non ha nessuna intenzione di spostarti da dove sei. Perché? Perché fai così bene il lavoro e lui non ha nessun incentivo a spostarti e dover insegnare il tuo lavoro a qualcun altro. Se vuoi una promozione, chiedi. Svolgi al meglio il tuo ruolo, sottolinea i risultati che hai ottenuto e alla prima occasione, chiedi la tua meritata promozione.

## Perché allora le persone non chiedono?

Quali sono i blocchi mentali che impediscono alle persone di avere successo? Eccone alcuni:



### 2 / Se parliamo di stipendio, gli aumenti nei budget aziendali vanno pianificati in anticipo.

Hai un certo stipendio e l'azienda pensa che ti vada bene, quantomeno finché non fai presente il contrario. Molte persone, per timore di chiedere un aumento preferiscono andare via, cambiare azienda, senza rendersi conto che le possibilità si possono trovare anche dove siamo. Non è infatti inusuale trovarsi in situazioni in cui si presentano le dimissioni e l'azienda rilancia offrendo un migliore stipendio, o un avanzamento di carriera. E ci si pente di non averlo chiesto prima. E tanti saluti.

### 3 / Sei senza lavoro e hai timore di chiedere al tuo giro di amici e conoscenti,

o a uno sconosciuto su LinkedIn di aiutarti a trovare un'occupazione. Per timore di essere deriso o ignorato, non chiedi. Ma se non chiedi, la risposta sarà sempre no. Non ci saranno possibilità a bussare alla tua porta. A meno che tu non sappia come farti trovare, ma anche a quel punto sarai sempre tu a dover chiedere per esempio, nei modi e tempi giusti, un'equa retribuzione.

### 4 / Se hai un lavoro e vorresti un lavoro migliore.

Anche qui vale lo stesso il discorso di prima. Bisogna chiedere. Se nell'azienda per cui si lavora attualmente non ci sentono, allora bisogna bussare ad altre porte. Quante porte? Tutte quelle possibili finché non si trova quello che corrisponde a ciò che si desidera. Non farti fermare dai primi no.

In tanti pensano che basti chiedere una sola volta per ottenere quello che si desidera. Molti studi hanno invece dimostrato il contrario.

Per esempio, si stima che la maggior parte delle vendite avvenga dopo il quinto contatto del venditore al potenziale cliente, eppure la maggior parte dei venditori si arrende al primo tentativo. Similmente **su LinkedIn**, svariati studi hanno dimostrato che **alla prima richiesta risponde circa il 60% delle persone, questo numero sale a circa il 90% dopo il terzo messaggio**. In particolare se nel messaggio, prima di chiedere, anche noi offriamo di aiutare l'altra persona.

Pertanto se oggi stai pensando a come ottenere quello che vuoi dalla vita, ricordati di chiedere, ma **ricordati anche, prima di chiedere, di dare**. Sarà infatti molto più probabile ricevere una risposta se nel chiedere qualcosa per noi, prima offriamo qualcosa agli altri.

E se non risponde nessuno? Ricordati che è sempre l'ultima chiave del mazzo quella che apre la porta. Non arrenderti. Basta un solo sì a cambiare la vita per sempre.



\* **LA NOSTRA ESPERTA** Silvia Vianello è una delle 100 donne italiane più di successo nel mondo, secondo *Forbes*. Per il Congresso mondiale dell'educazione è una delle 50 migliori professoressa al mondo. Ex docente in Bocconi, a 30 anni aveva una società di consulenza e un programma televisivo su Sky. Poi è andata a Dubai. Ruolo: direttore marketing per Maserati. Eppure dopo un anno ha lasciato tutto per mettere la sua esperienza al servizio degli italiani che cercano lavoro. Oggi è coach. Ha fondato una academy per aiutare le persone a realizzarsi.

Una società che ha come missione la conversione energetica della comunità e che dunque finanzia progetti condivisi di efficientamento energetico e di produzione di energia da fonti rinnovabili.

## Nel nome della sostenibilità

«**S**e è green è anche sostenibile, cioè capace di futuro. Se è sostenibile è anche win-win, cioè vincono tutti. Il green è il colore della speranza e lo è per tutti». Così Massimiliano Braghin, Ceo & Co-Founder di Infnit(y)Hub, spiega in sintesi lo scopo della sua holding.

**Di che cosa si occupa Infnit(y)Hub?** «Mi piace definire Infnit(y)Hub come la prima energy social company, ossia un'impresa che opera nel settore dell'energia in grado di accendere la socializzazione generata dal crowdfunding e di fornire tutti i servizi tecnici, finanziari e operativi necessari per realizzare in massa interventi di efficienza energetica. In altre parole, la società per azioni Benefit ha come missione la conversione sostenibile energetica delle nostre community, sviluppando, investendo e finanziando, anche attraverso l'equity crowdfunding, progetti condivisi di efficientamento energetico e di produzione di energia da fonti rinnovabili. Ogni intervento di Infnit(y)Hub va ben oltre il normale mercato: miriamo con forza ed energia al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile stabiliti nell'Agenda 2030 dell'Onu. Oltre a diminuire le emissioni di CO2 attraverso le opere di efficientamento energetico, l'azienda supporta anche lo sviluppo dell'economia locale. Grazie all'apertura del capitale sociale tramite l'uso dell'equity crowdfunding, Infnit(y)Hub è in grado di condividere con diversi attori i benefici dei propri progetti. Questo approccio win-win, dove tutti ci guadagnano e nessuno viene escluso, è un pratico esempio di business sostenibile».

**Ci spieghi meglio...** «Come holding e business angel, Infnit(y)Hub sviluppa un paradigma culturale, accelerando e moltiplicando società di scopo, le



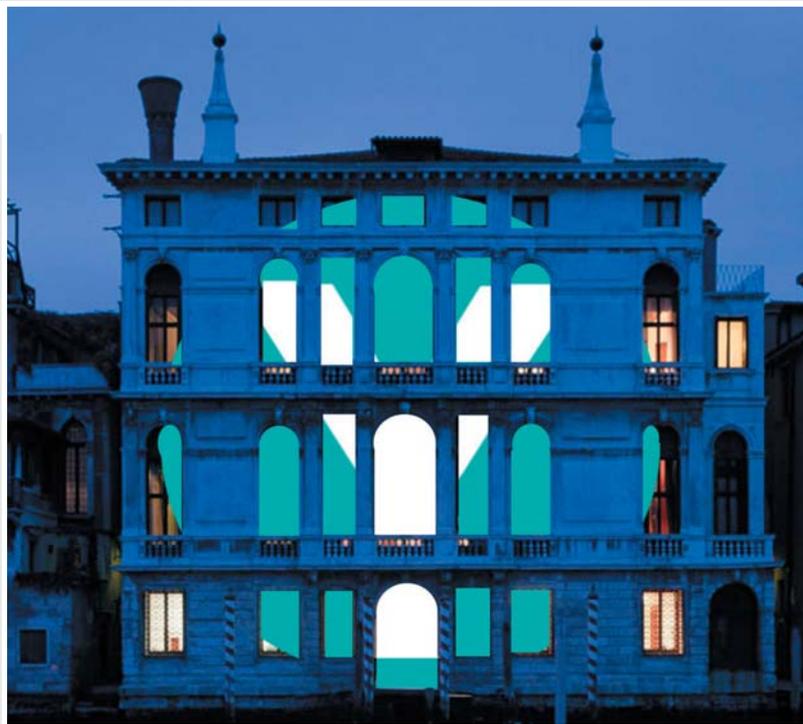
**Massimiliano Braghin, durante un'intervista televisiva**

quali contribuiscono allo sviluppo degli attuali mega-trend: il green, la finanza etica e la comunicazione social. Ogni società di scopo gestisce un progetto che diventa un'occasione per educare alla sostenibilità, in modalità partecipata e con guadagno condiviso».

**Quali sono i punti di forza del vostro modo di lavorare?** «Oggi sempre più istituti di credito e finanziari fanno affidamento sui criteri ESG (Environmental, Social e Governance) nel misurare e valutare l'impatto ambientale, sociale e di governance delle aziende per approvare le richieste di finanziamento. Infnit(y)Hub rispetta questi tre principi agevolando il reperimento di fonti finanziarie, oltre che creando una vasta community di persone legate da un obiettivo comune: rivoluzionare il mercato energetico italiano. La vera forza del modello societario risiede nella sua replicabilità in diversi ambiti e nella sua scalabilità. Abbiamo finanziato e sviluppato significativi interventi di efficientamento energetico su impianti sportivi,

Rsa e centri commerciali, partendo da un valore minimo di 330mila euro nel 2017, fino ad arrivare a 3,3 milioni di euro nel 2020 per singolo investimento. L'azienda presenta oggi progetti in pipeline singolarmente anche superiori ai 12 milioni di euro».

**In sintesi, come funziona il modello?** «InfinityHub finanzia il 100% di tutti i progetti, anticipando l'intero ammontare della spesa totale di riqualificazione energetica senza gravare sulla liquidità del soggetto energivoro. Grazie alle tecnologie bancabili utilizzate, permettiamo all'energivoro di limitare il consumo di energia, con un conseguente risparmio economico, superiore al canone di noleggio



operativo pluriennale, prevedendo una congrua remunerazione per l'intero investimento. InfinityHub apre il capitale sociale delle Spv (Special purpose vehicle) a tutti, incluso l'energivoro, incassando anche i dividendi della società di scopo. In pratica, InfinityHub lascia spazio a tutti gli artigiani locali intenzionati a lavorare per il progetto e diventare soci di grandi progetti sostenibili: creiamo una squadra vincente per ogni progetto, facilitando e velocizzando i lavori, creando sinergie tra i player».

**Che obiettivi vi siete dati per il futuro?** «L'evoluzione societaria avvenuta negli ultimi anni ha fatto sì che InfinityHub non possa più essere considerata come una semplice start-up innovativa. L'azienda è entrata infatti in una fase di scaling-up in cui sta aumentando in maniera esponenziale non solo il numero di progetti attivati, ma anche il capex (valore dell'investimento) di ogni intervento di riqualificazione. Per continuare questo trend positivo di crescita, InfinityHub ora ha aperto per la terza volta il proprio capitale sociale in modo tale da far entrare nell'organico aziendale nuovi soci-investitori. L'intenzione è quella di raccogliere 2 milioni di euro per poter rafforzare la struttura aziendale e preparare l'azienda alla quotazione in Borsa prevista per il solstizio d'estate 2023. La campagna di equity crowdfunding è già in raccolta sul portale CrowdFundMe ([www.crowdfundme.it/projects/infinityhub-2](http://www.crowdfundme.it/projects/infinityhub-2))».

## UN ESEMPIO CONCRETO

**A seguito della joint venture tra l'Associazione Oasi Maria Onlus e InfinityHub è nata Wey Oasi Sicilia Società Benefit, società di scopo per la riqualificazione energetica dell'ospedale privato Irccs-Oc Associazione Oasi Maria SS. gestito dall'omonima onlus, a Troina (En). L'obiettivo è quello di diminuire i consumi energetici e ridurre l'impatto ambientale. Le strutture destinate al welfare, infatti, hanno elevati consumi energetici in ragione dell'elevato livello di comfort da garantire ai pazienti. Grazie alla joint venture tra le due società, sarà possibile intervenire sull'efficientamento energetico delle strutture, garantendo un significativo risparmio economico, migliorando l'impatto ambientale e il benessere di dipendenti e pazienti, creando numerosi nuovi posti di lavoro per lo sviluppo dell'economia locale. Il lancio della campagna di equity crowdfunding per Welfare Efficiency Oasi Sicilia Società Benefit è previsto nel mese di luglio sul portale Ecomill ([www.ecomill.it](http://www.ecomill.it)). Si tratta di un progetto da 12,6 milioni di euro.**



[www.infinityhub.it](http://www.infinityhub.it)

BLINGMEET.COM

Non **sentirti**  
più **solo** ovunque  
andrai



info@blingmeet.com  
+39 388 187 2146

L'app di incontri che **ELIMINA I PREGUIDIZI E SUPERA IL BODY SHAMING** attraverso il messaggio vocale. 

Bling Meet è la prima piattaforma digitale per esperienze reali. Semplice, veloce ed efficace, istruisce la nuova generazione a non scrollare la home dei social senza dare un senso a quello che vedono.

Siamo tanto concentrati sulla **SOSTENIBILITÀ**, ma stiamo trascurando quanto la pandemia abbia impattato sui rapporti **SOCIALI E PROFESSIONALI**, sempre più smart working e meno amicizie.

Bling Meet ha l'obiettivo di distogliere le persone da uno **SCHERMO** per portarle a vivere la **vita reale condividendo esperienze.**

**bq** UNISCITI AI NOSTRI SOSTENITORI E SCOPRI I VANTAGGI

# m



## RIPARTENZA



I RUGGENTI  
ANNI VENTI  
(SONO TORNATI?)

**Gli anni Venti del Duemila come i *roaring twenties* (ruggenti anni Venti) del secolo scorso? L'ottimismo è giustificato. Dati, analisi e storie per capirne di più.**

di Lucia Ingrosso, [l.ingrosso@millionaire.it](mailto:l.ingrosso@millionaire.it)



I RUGGENTI ANNI VENTI (SONO TORNATI?)

## La produzione sale. Il Fmi rivede al rialzo

le nostre prospettive di crescita. Milioni di turisti arrivano nel nostro Paese.

## I ristoranti sono pieni.

Nelle arene estive bisogna prenotare con giorni di anticipo. La gente ha voglia di uscire, incontrarsi, ballare.

L'Ue ci destina **209 miliardi** per ripartire.

Gli italiani si fanno onore nel mondo. La Nazionale di calcio agli Europei ha espresso bel gioco e spirito di squadra.

Ed è ligure il regista del nuovo film della Pixar.

Si moltiplicano le storie, piccole e grandi, di persone che vogliono lasciarsi alle spalle crisi, pandemia, inquietezze. E che desiderano strapparsi la mascherina e buttarsi nella mischia.

## Gli anni Venti del Duemila come i *roaring twenties* (ruggenti anni Venti) del secolo scorso?

Ad accomunarli, l'uscita da un trauma: oggi il Covid-19, ieri la guerra e l'epidemia di Spagnola. La crescita economica: tutti gli indicatori, dall'occupazione al Pil, hanno segno positivo. Il crescente impatto della tecnologia: ieri arrivavano l'auto, il cinema e la radio, oggi si affermano il digital e l'intelligenza artificiale. Il ruolo delle donne: ora si moltiplicano in posizioni di vertice, raccogliendo l'eredità delle suffragette di allora. E poi la cultura, la musica, la voglia di uscire e divertirsi, a richiamare i tratti distintivi di 100 anni fa: il jazz, il gin, i libri di Francis Scott Fitzgerald, l'art déco... Ma, soprattutto, l'ottimismo e la fiducia nel futuro.

CHE ANNI. QUEGLI ANNI!

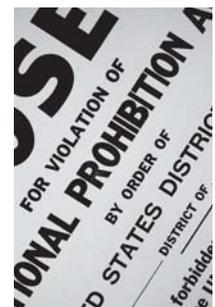
1920

GLI ANNI RUGGENTI IDENTIFICANO IL DECENNIO DEGLI ANNI VENTI DEL SECOLO SCORSO, SOPRATTUTTO NEGLI USA. ECCO LE SUE CARATTERISTICHE.



## ECONOMIA

Grande espansione industriale. Negli Usa, fra il 1922 e il 1928, la produzione industriale sale del 64%. Si affermarono beni come auto, radio, lavatrice. Seguiranno la Grande depressione del 1929 e il Proibizionismo.



# C'è un nuovo fermento nell'aria

«È estate. L'aria è carica di desideri. Si percepisce un'esuberanza nuova. C'è un'esigenza di benessere, di vivere all'aria aperta, di stare a contatto con gli altri, di festeggiare. Vedo tanta empatia, solidarietà»



esordisce lo scrittore e drammaturgo Paolo Di Paolo ([www.paolodipaolo.it](http://www.paolodipaolo.it)), autore del libro *Svegliarsi negli anni Venti*.

*Il cambiamento, i sogni e le paure da un secolo all'altro* (Mondadori, 18 euro).

Il paragone, in effetti, nasce spontaneo. «Ho pensato di scrivere il libro, perché ogni passaggio di calendario ha un suo scintillio, perciò festeggiamo Capodanno e il giorno in cui siamo nati. Ancora più significativo lo scarto da un decennio all'altro, specie quando l'omologo del secolo scorso è stato così particolare. Ho iniziato a lavorarci a fine 2019, poi è arrivata la pandemia» spiega l'autore. E così il paragone con l'epidemia di Spagnola è scattato spontaneo. «Non ho ragionato sui corsi e i ricorsi, che è un metodo troppo ludico di lavorare sulla storia. Mi sono invece interrogato su come l'umanità ha reagito al trauma emotivo, come ha elaborato il lutto e che energie ha messo in campo per reagire».



# The roaring 20's?



Ruggiranno anche questi, di anni Venti? La domanda è finita sulla copertina del settimanale inglese *The Economist*, a inizio anno. Che scrive: «Se nel decennio passato della tecnologia si sottolineavano gli effetti collaterali negativi, oggi c'è un nuovo ottimismo. C'è la speranza di una nuova era di progresso, quella dei "ruggenti anni Venti". Esiste una realistica possibilità che l'innovazione possa elevare gli standard di vita, specie se i governi aiutano le tecnologie a prosperare».

C'è chi ritrova oggi gli stessi entusiasmi di allora. «I ruggenti anni 20, il fervore di creatività e l'energia indispensabile per raggiungere nuove mete coinvolsero artisti e intellettuali, come la scrittrice francese Colette. Difficile dire da dove prendesse tanta forza, se non dallo spirito dei tempi. Ritrovo anche nel presente tracce di quel fervore, per trovare sollievo dopo la crisi» spiega Nicoletta Sipos, autrice del libro *Colette*.

*Un sogno audace*.



## MUSICA & BALLO

Il jazz e il charleston. In Italia si ballano anche la rumba, il tango e il foxtrot.



## ARTE

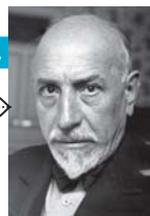
Art Déco (proseguimento dell'Art Nouveau, in Italia chiamato stile Liberty), Dadaismo, Surrealismo.



## LETTERATURA

È di Francis Scott Fitzgerald il romanzo simbolo del periodo: *Il Grande Gatsby*.

Altri autori: Kafka, Joyce, Woolf, Colette, Pirandello...



## DONNE

Il diritto di voto per le prime donne arriva proprio in quel decennio. Le suffragette lo propiziano negli Usa nel 1920.

**I RUGGENTI ANNI VENTI (SONO TORNATI?)**

600mila vaccinazioni al giorno (record in Italia)

“**I ruggenti anni 20, il fervore di creatività e l'energia indispensabile per raggiungere nuove mete coinvolsero anche un'icona della letteratura come Colette. Difficile dire da dove prendesse tanta forza, se non dallo spirito dei tempi. Ritrovo anche nel presente tracce di quel fervore, per trovare sollievo dopo la crisi**”  
Nicoletta Sipos, scrittrice



Replicheremo quei fasti, quindi? «Non so, forse no. Ma ci sono molte cose che abbiamo capito. Abbiamo imparato a lasciare andare pratiche obsolete. Smettere di perdere tempo. Integrare soluzioni diverse, pensiamo al lavoro in parte in presenza e in parte da remoto. E, soprattutto, vivere questo passaggio d'epoca come un'occasione» risponde Di Paolo.

## Attenzione a...

Non è di sole luci il quadro che dipinge Di Paolo. «Oggi tanti si sentono defraudati, pensano di aver perso qualcosa, perciò provano un senso di rivalsa.

In giro ci sono anche rabbia, frustrazione, nervi a fior di pelle». Forse per questo ci si butta in nuove attività e si guarda avanti?

«È normale cercare di dimenticare per superare il lutto. Ma l'oblio sistematico è invece pericoloso. Pensiamo ai tanti libri e film sulla guerra e ai pochissimi sulle pandemie, attuali e passate. Si rischia che succeda ancora qualcosa di simile, pensiamo al cambiamento climatico. E, soprattutto, di non essere pronti a nuovi accadimenti imprevisi».

Ma attenzione, perché gli anni Venti del Novecento non ebbero conseguenze solo positive.



©Alessandro Albert

Anzi. Così lo storico, accademico e scrittore Alessandro Barbero, raggiunto da *Millionaire*: «Anni Venti di oggi come quelli del Novecento? Questi confronti si fanno sempre solo per scherzo, ovviamente, perché le differenze sono immense. Però un aspetto, e cioè la spudorata spavalderia dei ricchi che si sentono i padroni del mondo, un pochino di parallelo fra gli anni Venti

americani e quelli attuali di tutto l'Occidente forse potrebbe anche permetterlo. È troppo aggiungere che poi in genere quando gli stati d'animo sono di questo tipo, i sogni di onnipotenza s'infrangono e tutto va a finire malissimo?».

In effetti, il decennio si chiuse con il crollo della Borsa di Wall Street, il 29 ottobre del 1929, che innescò una crisi economica mondiale. Ne scaturirono il Proibizionismo, l'aumento della criminalità e il proliferare di regimi totalitaristici (come quello di Hitler in Germania) che avrebbero dato il via alla Seconda guerra mondiale. Ma speriamo di aver imparato la lezione.

## Il rilancio, grazie ai 209 miliardi dell'Europa

fondi del Recovery Plan destinati all'Italia

Il nostro asso per ripartire ce lo ha messo nella manica l'Europa. La sua risposta alla crisi successiva alla pandemia è il Next Generation Eu. Un piano per la ripresa. Uno stanziamento di fondi senza precedenti. Un'occasione da non perdere. Non solo, l'Europa ha scelto di scommettere sull'Italia.

«Del totale di 750 miliardi del Recovery Plan, l'Ue ne destina all'Italia 209. Visto che il nostro Pil incide per l'11% su quello europeo, è evidente che ci

hanno riservato un trattamento sfacciatamente di favore. Perché? L'Italia è il terzo Paese più popoloso dell'Unione (a un soffio dalla Francia) e la terza economia europea.



Siamo troppo importanti e la Ue non può più permettersi il nostro mancato sviluppo. Ora dobbiamo essere bravi a impiegare bene questi fondi e superare i controlli periodici della Ue» spiega l'economista Tommaso Di Tanno.

INFO: [www.governo.it/sites/governo.it/files/PNRR\\_0.pdf](http://www.governo.it/sites/governo.it/files/PNRR_0.pdf), [https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe\\_it](https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_it)

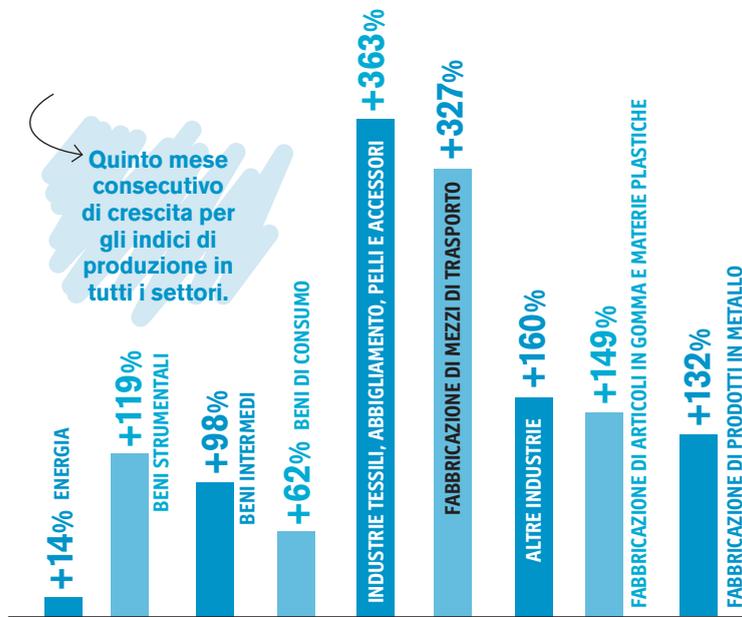
## L'Italia cresce, anche più della Germania

L'Italia, finalmente, cresce. L'Istat evidenzia un trend migliore del previsto, anche migliore di quello di Francia e Germania. Lieve segno positivo per il Pil, a fronte del segno negativo dei vicini europei, mentre gli Usa segnano la strada: +1,6%. Il dato globale cela al suo interno delle differenze. E così crescono **agricoltura (+3,9%)** e **industria (+1,8%)**, mentre decresce il terziario (-0,4%). Buone nuove anche sul fronte occupazionale, con un aumento di **120mila occupati nel primo trimestre**, anche se in gran parte a tempo determinato. Anche il Fondo Monetario Internazionale rivede al rialzo i tassi di crescita del nostro Paese. **L'aumento del Pil è previsto del 4,3% nel 2021 e del 4% nel 2022.** Ottime le notizie sul fronte vaccinale: partita in sordina, l'Italia (a inizio giugno) è fra i Paesi in cui si vaccina di più (record: 600mila iniezioni in un giorno). Se si continua così, **il 70% degli italiani sarà vaccinato entro agosto.**

## Tre motivi per essere ottimisti

«Sono ottimista e spiego perché. Negli ultimi 20 anni, la mancata crescita dell'Italia è stata dovuta sì al poco coraggio di alcuni politici, ma anche alle forti restrizioni finanziarie. Questo scenario è alla base del limitato orientamento al futuro e della limitata crescita del nostro Pil» spiega Tommaso Di Tanno ([www.ditanno.it](http://www.ditanno.it)), esperto di Fisco e politica fiscale. In effetti, dal 1999 al 2019, in Italia il Pil è cresciuto del 7,9% a fronte del 30-40% di Germania, Francia e Spagna.

«Per 20 anni, abbiamo avuto il freno tirato. Adesso tutto cambia. **1. Ci sono i mezzi. 2. Abbiamo un governo in cui il premier e alcuni dei principali ministri hanno capacità riconosciute anche all'estero e non sono legati a partiti. 3. Ci aspetta una stabilità politica**» prosegue Di Tanno.



### LE DONNE IN VETTA



Elisabetta Belloni (foto 1) è la prima donna a capo dei servizi segreti (mentre Avril Haines è la prima a guidare l'intelligence Usa). Erano 170 anni che una donna non guidava l'agenzia di stampa Reuters. Ma adesso c'è lei: l'italiana di 47 anni Alessandra Galloni. Non solo, ha nominato sua seconda Gina Chua, 60 anni, fresca di transizione da uomo a donna. «Sono un esempio di come dopo aver cambiato sesso non per forza ti licenziano». Cristiana Boccassini (2) è stata nominata tra i migliori talenti creativi del mondo da Adweek. Fabiola Gianotti (3), direttrice del Cern, afferma: «Nessuno

mi ha mai detto che la scienza non è un mestiere per donne. Bisogna far salire la percentuale di ragazze che studiano materie scientifiche, ora al 20%». La parità di genere fra i manager fissata dall'Onu nell'Agenda 2030 è ancora lontana, ma il numero di donne ai vertici è in lieve, ma costante aumento. E se nel post Covid il 95% dei licenziamenti le riguarda, è anche vero che il "nuovo mondo" ora apprezza e ricerca le loro *soft skill*.

**I RUGGENTI ANNI VENTI (SONO TORNATI?)**

**49%**

librerie indipendenti che hanno visto un miglioramento degli affari.

# È il momento del libro

Good news anche sul fronte librario. Dopo un 2020 positivo, dalle rilevazioni dell'istituto di ricerche di mercato GfK ([www.gfk.com/it](http://www.gfk.com/it)) nei primi 5 mesi del 2021 emerge una crescita del **44%** per un giro d'affari di oltre **564 milioni di euro** e quasi **40 milioni di copie vendute**. Il trend è positivo anche se si confrontano i dati 2021 con quelli del 2019 (quindi con il periodo pre-Covid).

Affari in miglioramento per quasi la metà delle librerie indipendenti nella seconda metà del 2020. Deciso **aumento di chi ha iniziato a usare l'e-commerce per le consegne a domicilio (33%) e per la vendita a distanza (28%)**. Hanno dato i loro frutti le misure governative: 18 App, Carta docente, librerie sempre aperte. Negli ultimi anni ha chiuso l'8% delle librerie, ma ora l'ottimismo domina. La fiducia delle librerie nell'andamento della propria attività è quasi doppia rispetto alle imprese del terziario. Punto di riferimento è l'Ali, Associazione librai italiani ([www.libraitaliani.it](http://www.libraitaliani.it)), che ha ottenuto che online gli sconti si limitino al 5%.

«Per competere con Internet, bisogna conoscere i gusti dei clienti e consigliarli, essere rapidi nel procurare i libri, organizzare eventi legati al territorio, dedicare tempo e attenzioni. È un lavoro faticoso, ma bellissimo. Anche se all'interno del circuito Ubik siamo tutti librai indipendenti, il supporto centrale non è mai mancato e in pochi anni siamo arrivati a essere in 100» spiega Gina Truglio, libraia di Lucca.



## 3 IDEE VINCENTI

1

Fra le iniziative che hanno avuto più successo durante la pandemia c'è stata **Bookdealer** ([www.bookdealer.it](http://www.bookdealer.it)). L'e-commerce italiano anti-Amazon ha abbinato la consegna a domicilio (anche in bici) al sostegno delle librerie indipendenti (700 quelle iscritte al servizio). Successo che poi è proseguito nella seconda metà del 2020: 15mila gli ordini evasi, 31mila i libri consegnati e mezzo milione di fatturato globale.



2

La formula dei libri usati a prezzi stracciati mostra la corda, così **Di mano in mano** ([www.dimanoinmano.it](http://www.dimanoinmano.it)) si inventa la formula **All you can read**: acquisti a 8 euro una borsa di tela brandizzata e la riempi fino all'orlo. Risultato: 20mila libri "bruciati" in due giorni e manifestazione chiusa con una settimana di anticipo.



3

Il futuro dell'editoria? L'**extended book**. Grazie a un QR code sul libro si può accedere a contenuti extra: video, immagini, audio, bibliografie... A inventare l'**extended book**, Mauro Morellini, fondatore di Morellini Editore ([www.morellinieditore.it](http://www.morellinieditore.it)).



## 1 milione per la cultura

Fondazione Social Venture Giordano dell'Amore, emanazione di Fondazione Cariplo, mette a disposizione delle imprese dei settori dell'arte e della cultura (pesantemente colpiti dalla pandemia) fondi per 1 milione di euro. Il fondo "Impact4Art" è destinato a imprese e startup in grado di avere un impatto sociale e/o culturale sia in fase di seed che di scale up. INFO: [www.fondazione-socialventuregda.it/attivita/altre-attivita](http://www.fondazione-socialventuregda.it/attivita/altre-attivita)

# Il settore del pet in piena crescita

Da Monza a Pesaro i canili si sono svuotati e, più in generale, è cresciuto il numero dei pet nelle case italiane (oggi sono circa 60 milioni). Le persone hanno colmato i vuoti affettivi con gli animali da compagnia. Anche durante le fasi più dure della pandemia, i pet shop (considerati attività essenziali) sono rimasti aperti, mentre l'e-commerce è cresciuto del 140%. E questo ha contribuito a far volare un settore che già godeva di ottima salute, che cresce dal 2016 e che vale 2 miliardi di euro l'anno. E intanto Arcaplanet apre 9 nuovi store e assume 200 persone. Dal 10 al 12 novembre si tiene a Bologna la fiera di settore Zoomark ([www.zoomark.it](http://www.zoomark.it)). Vanno a gonfie vele anche le cliniche veterinarie: aumenta l'età media dei nostri animali domestici e, di conseguenza, le esigenze di cura.



**140%**  
crescita  
dell'e-commerce  
nel settore pet

## Si torna a camminare (soprattutto in Italia)



Italiani, popolo di camminatori. «Dall'anno scorso, causa confinamento, il boom» esordisce così Paolo Piacentini, esperto cammini del ministero della Cultura e presidente di Federtrek ([www.federtrek.org](http://www.federtrek.org)). «Più fonti e ricerche certificand il momento d'oro del turismo attivo: dal trekking al cicloturismo. La conseguenza positiva è l'impatto economico e imprenditoriale sul territorio. Oggi sono 40 i tour operator che lavorano anche sui cammini. Il successo della Via degli Dei, fra Bologna e Firenze (120 km, 6 tappe), ha fatto nascere 32 nuove attività di ricettività turistica e ne ha tenute aperte altre. Non solo, la stagione turistica si allunga e i borghi si rivitalizzano. Altro cammino che sta facendo bene al territorio è il coast to coast in Calabria, con nuove agenzie e attività dedicate. Anche le regioni ci stanno investendo, dalla Liguria all'Umbria». Qualche spunto arriva dal Festival del turismo responsabile It.a.cà ([www.festivalitaca.net](http://www.festivalitaca.net)). Si rivolge poi a chi vuole camminare con il cane TripForDog ([www.tripfordog.com](http://www.tripfordog.com)), con 4 cammini da fare in Italia insieme al proprio cane, guidati da un'App, in sicurezza, con trasporto bagagli e servizi *ad hoc*.

**+32**  
attività ricettive  
lungo il cammino  
Via degli Dei.

### Camminare? Un business!

«Dopo aver tenuto per 4 anni corsi di fitwalking, ho avviato una scuola per istruttori, per replicare il business in tutta Italia» spiega Mario Smanio, che con una quindicina di soci ha fondato l'associazione dilettantistica Olimpia Sport. «Il fitwalking è un'attività sportiva non agonistica che permette di imparare il modo giusto di camminare, correggendo errori posturali. Il risultato? Si cammina più velocemente, più a lungo e con meno fatica». Il primo corso si tiene a settembre a Milano: 490 euro per due weekend completi (36 ore), con contenuti pratici e teorici. A quel punto, si diventa docenti. Un corso costa all'utente finale 120 euro per 10 ore (due incontri alla settimana). «Un'edizione con 10 persone porta un guadagno netto di 600-700 euro. Grande vantaggio: gli affiliati a un'associazione dilettantistica hanno esentasse il reddito inferiore a 10mila euro. Noi diamo supporto promozionale, fiscale, assicurativo oltre a materiali come magliette e attestati» conclude Smanio. INFO: [www.olimpiasport.org](http://www.olimpiasport.org)



### Risveglio... muscolare!

Nell'estate 2020 è quasi raddoppiata la percentuale di italiani che hanno fatto sport (si è passati dal 18% al 32%, fonte Isnat, il centro studi sul turismo di Unioncamere). E il trend continua nel 2021. «È l'era dello smart fitness: ognuno prova ciò che preferisce, senza vincoli né abbonamenti» spiega Filippo Santoro, managing director dell'app Urban Sports Club (<https://urbansportsclub.com/it>). Ecco alcune delle attività di tendenza dell'estate 2021: capoeira; danza acrobatica, trapezio, discipline circensi; hula hoop dance; bouldering (arrampicata sui massi); triathlon, bootcamp e sport di endurance; boxe; padel; lighting ball (calcetto al buio).



### Allegria!

«Ci vuole un'azione che riapra la partita... Quanta è bella l'allegria!» Scritta da Jovanotti per Gianni Morandi, *L'allegria*

si candida a diventare il brano dell'estate. «Vogliamo portare quell'allegria che sta tornando nelle nostre vite» ha detto Jova. «Veniamo da un periodo delicato. Ma questa canzone cura anche le mie ustioni!» ha scherzato Morandi.



## SOCIETÀ PIÙ SOSTENIBILI

B come benefit, definizione che identifica quelle società che nello statuto includono obiettivi sociali e ambientali. B come Bcorp, cioè le benefit certificate da Blab Europe. Si temeva che la pandemia avrebbe messo in secondo piano gli obiettivi più alti. Ma è stato il contrario. **Oggi le Bcorp in Italia sono 123**, di cui 50 in Lombardia. **Le Benefit sono oltre 1.000** (di cui più di 200 a Milano) e in aumento.

# Bar & ristoranti: si riparte!

Il desiderio di convivialità riempie i ristoranti, specie quelli con spazi all'aperto (e la bella stagione aiuta).

Al cadere delle limitazioni, il settore riguadagna un 20% di fatturato e si prospetta un boom di posti di lavoro. Impennata di prenotazioni per App come The Fork (+10% a inizio giugno). E i bar non sono da meno.



Un secolo fa aver debellato la Spagnola rese tutti più euforici, complice un notevole quantitativo di gin consumato. E anche oggi il post pandemia restituisce il piacere di un bicchiere con gli amici. Spiega Edmea Grassi, bartender e imprenditrice della ristorazione: «Il Covid ha accelerato una tendenza già in atto: quella del bere meno, ma meglio. Trionfano naturalità, salutismo e materie prime di qualità. E ai cocktail più alcolici si sostituiscono drink

leggeri, freschi e sfiziosi da consumare tutto il giorno». E la riapertura? «È andata bene. Unico problema: fatica a trovare personale per il mio locale Swami, di Campomarino (Ta). Molti mi chiedono di lavorare in nero, per non perdere i sussidi statali. Alcuni collaboratori arrivano dal Nord» conclude Edmea.



## MILANO AL 25° POSTO

### TRA LE CITTÀ PER STARTUPPER

**Dove è più facile avviare una startup?** La risposta arriva dalla ricerca di Oberlo ([www.oberlo.it/entrepreneur](http://www.oberlo.it/entrepreneur)). Esaminati ecosistemi tecnologici, supporti finanziari e agevolazioni disponibili. Al primo posto c'è Londra, seguita da New York, San Francisco, Sydney, Melbourne, Los Angeles e Singapore. La prima città italiana è Milano, al 25° posto. Ad Auckland per avviare una società basta mezza giornata, a Dubai, Budapest e Sofia c'è la tassazione minore. **L'Italia si è distinta per il sostegno finanziario dato alle imprese durante la pandemia.**

## Largo alle startup: il modello francese

Più responsabili, inclusivi, ottimisti, attenti alla sostenibilità e al bene del Pianeta (e degli altri). Sono i giovani: che creano startup. In Francia, ci scommettono: l'obiettivo è avere 25 unicorni entro il 2025. In Italia, **Invitalia lancia Smart Money, finanziamento per startup in fase iniziale, per finanziare l'acquisto di servizi erogati da incubatori e acceleratori.**

INFO: [www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/smart-money](http://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/smart-money)



## Corona il suo sogno... dopo 40 anni!

Alberto Caramella Foà, ha un passato da giornalista finanziario. Ma la sua passione è la musica. Per 40 anni è *ghost writer* di cantanti, anche famosi. Poi, a 57, realizza il suo sogno. Elisa Alloro, giovane produttrice della Engine Records, crede in lui e gli pubblica il primo cd: *Basta unire i punti*. A commentare questa piccola "impresa" due versi: "La bellezza è stupore e fa un nodo al destino per ricordargli di darci un'altra occasione" e "Ognuno ha il dovere e il diritto di avere il suo volo".

# 2 miliardi per le imprese al Nord

Per il sostegno e il rilancio delle attività produttive.



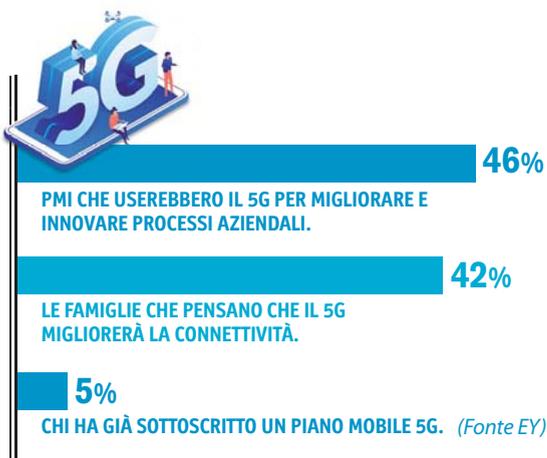
## Banda larga e 5G per tutti

Uno dei driver della ripresa passa per il superamento del *digital divide*, cioè del disomogeneo accesso a Internet che c'è nel Paese. Ed è proprio questa una delle missioni del Pnrr, Piano nazionale di ripresa e resilienza. In arrivo 6 miliardi di euro per portare la banda larga e il 5G in tutta Italia, connettendo scuole, ospedali, pubbliche amministrazioni, isole minori... Una recente indagine di EY ([www.ey.com/it\\_it](http://www.ey.com/it_it)) evidenzia dei punti chiave: **la copertura 5G è raddoppiata in un anno e raggiungerà il 99% nel 2025**, il 46% delle Pmi lo userebbe per migliorare e innovare processi aziendali, il 42% delle famiglie pensa che il 5G migliorerà la connettività, ma solo il 5% ha già sottoscritto un piano mobile 5G. Tra le regioni maggiormente coperte dal 5G: Valle d'Aosta, Basilicata e Molise (98% copertura), Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Marche, Abruzzo, Calabria, (97%).

**6 miliardi di euro** per portare banda larga e 5G in Italia.

## Risorse per il turismo (e tanti turisti in arrivo)

Vale il 13% ed è uno dei settori privilegiati dal Decreto Sostegni Bis. Ed è in netta ripresa. Parliamo del turismo. In base all'indagine svolta dall'istituto Demoskopika (<https://demoskopika.it>) in collaborazione con l'Università del Sannio, si stimano in Italia quest'estate 39 milioni di turisti, italiani e stranieri (+12%) per un totale di 166 milioni di presenze (+16%). Un italiano su due andrà in vacanza e l'87% resterà in Italia. Le regioni più "attraenti" sono: Emilia-Romagna, Toscana, Puglia, Sicilia e Sardegna. Fra le formule vincenti c'è la vacanza in famiglia, seguita dalla casa in affitto (37%, il doppio dell'anno scorso). Va sempre forte l'agriturismo. Mentre raddoppia la percentuale dei soggiorni a lungo termine, minimo 28 giorni (ora il 28%). A evidenzia, riguarda quanti, grazie allo smart working, riescono a conciliare lavoro e villeggiatura (*flexcation*, in gergo). I turisti stranieri arriveranno soprattutto da Francia, Germania, Paesi Bassi, Svizzera e Regno Unito.



“Penso si possa guardare al futuro con prudente ottimismo e con fiducia. Questa Italia è viva, forte e ha tanta voglia di ripartire. I mesi della pandemia sono stati molto duri per i lavoratori e per le imprese ma, grazie ai sacrifici degli italiani e alla forte accelerazione della campagna vaccinale, abbiamo davanti una fase nuova. Una fase di ripresa e fiducia, su cui costruire un Paese più giusto e più moderno. E liberare le energie che sono rimaste ferme in questi anni”

**Mario Draghi, Presidente del Consiglio**



I RUGGENTI  
ANNI VENTI  
(SONO TORNATI?)

LA STORIA



©VirginiaBetroja

**Enrico Casarosa, 49 anni, vive a Berkeley, in California, con sua moglie, sua figlia e 3 galline. Regista di un film che è uno spot all'Italia**

# Un italiano alla Pixar

Il film *Luca* sembra uno spot pubblicitario dell'Italia:

ci sono i sapori del nostro Paese (i gelati, la pasta al pesto, la focaccia...), i colori del cielo e del mare, i pescatori della Liguria, la Vespa, l'allegria e il senso dell'amicizia.

A dirigerlo, Enrico Casarosa, 49 anni, che oggi vive a Berkeley, in California, con sua moglie, sua figlia e 3 galline. Ma Enrico è italiano al 100% (anche se oggi parla con un forte accento *yankee*). Originario di Genova, con questo film ha trovato il modo per "tornare a casa" e, allo stesso tempo, condividere con gli spettatori di tutto il mondo i luoghi della sua infanzia.

La sua storia artistica inizia quando, da bambino, si fa ispirare dallo stile di animazione delle serie tv giapponesi («Sono cresciuto con *Il castello di Cagliostro*, *Conan* e *Heidi*»). A 20 anni, si trasferisce a New York, per studiare Animazione alla School of Visual Arts and Illustration al Fashion Institute of Technology. Lavora poi come *storyboard artist* ai Blue Sky Studios nei film *L'era glaciale* e *Robots*. E come background designer e *storyboard artist* per numerose serie televisive di Disney Channel. A inizio 2002, entra nei Pixar Animation Studios. Comincia come *story artist* per *Cars. Motori ruggenti*. Poi lavora per *Ratatouille* e *Up*. Debutta alla regia con il cortometraggio nominato all'Oscar *La Luna*, che arriva nelle sale insieme a *Ribelle*, nel 2012. Lavora poi a *Il viaggio di Arlo* e *Coco*.

E ora il grande salto: la regia di un film tutto suo.





## UN FILM SULL'AMICIZIA

**Luca** è il 24° film della Pixar, attualmente in programmazione sul canale Disney. È ambientato in un paesino di mare della Liguria fra gli anni '50 e '60 del secolo scorso. «Parla delle amicizie che ci cambiano la vita e ci aiutano a crescere. È una lettera d'amore alle estati della nostra giovinezza, quegli anni formativi in cui stiamo scoprendo noi stessi» spiega il regista, l'italiano Enrico Casarosa. Italiano anche il direttore della fotografia, David Bianchi. Mentre l'italo-canadese Deanna Marsigliese è l'art director dei personaggi. Tra i doppiatori italiani: Luca Argentero, Orietta Berti e Saverio Raimondo.

### Oltre a un grande salto, hai fatto un grande

**tuffo.** «Infatti! Il film è ambientato a Portorosso, paesino di fantasia, ma ispirato alle Cinque Terre. Così abbiamo fatto dei sopralluoghi per esplorare la costa italiana nel corso di due viaggi di ricerca. Era molto importante visitare i luoghi per coglierne l'essenza. A un certo punto, sotto gli occhi allibiti della troupe, mi sono arrampicato su uno scoglio alto 9 metri e poi mi sono buttato. "Lo faccio fin da quando sono bambino!" ho poi spiegato ai miei colleghi, ancora sotto shock».

### Come sono andati poi i sopralluoghi in Liguria?

«È un luogo molto speciale, con le sue montagne, il mare, le grandi colline. È un posto meraviglioso e unico che dovevamo esplorare insieme, sia come esperienza di team building sia per il livello dei dettagli che potevamo aggiungere al film. In queste cittadine costiere c'è sempre una trattoria, una gelateria, un bar meraviglioso in cui prendere un caffè. Abbiamo visitato tante cittadine diverse».

### Il film esprime il tuo rimpianto per l'Italia...

«Sono orgoglioso di essere un emigrato italiano. Come capita spesso, più ti allontani dalle tue radici e più impari ad apprezzarle. A mia figlia di 13 anni parlo ogni giorno in italiano, perché tenga viva la lingua».

### ... e per il mare!

«Qui in California c'è l'oceano, ma è troppo freddo. Vuoi mettere la gioia di tuffarti e stare a mollo nel nostro mare finché non vengono le piaghe sulle dita, proprio come ai mostri marini protagonisti di Luca».

### Qual è il messaggio del film?

«La curiosità sconfigge la paura. Se c'è la voglia di conoscersi si possono superare i pregiudizi e armonizzare le diversità. Nella vita, non tutti ci accetteranno. Dobbiamo essere in grado di rialzarci, dopo una caduta. E poi è importante sapersi circondare di persone che sappiano apprezzarci».



©VirginiaBettoja (2)



### Dalla regia di un corto a quella di un film: come è avvenuto il passaggio?

«Un cortometraggio è come una poesia, un film invece assomiglia a un romanzo. È fondamentale la collaborazione con gli altri. E il tempo: non meno di 4-5 anni».

### Come hai convinto i vertici della Pixar?

«In azienda danno spazio alle nuove idee. All'inizio sei solo, poi cominci a lavorare in gruppo. Con uno sceneggiatore, abbiamo iniziato a scrivere il copione. Bisogna trovare il diamante grezzo. Ed essere capaci di far vedere il potenziale della propria idea, esaltarne la ricchezza. Sono piaciute la storia e l'espressione di quel senso di inadeguatezza che si prova quando si cresce».

### Che qualità servono per affermarsi in un mondo così competitivo?

«Servono passione e tanta voglia di fare. Però, questa passione, bisogna anche trovarla, e non è sempre facile. Io, per esempio, ho anche frequentato due anni di Ingegneria. Sono stato un po' lento nel capire che cosa volevo fare nella vita, ma quando poi l'ho capito, il sentirmi un po' in ritardo mi ha dato una marcia in più. Serve grinta, nel cercare la propria passione, perché a volte non l'abbiamo chiara. E, una volta trovata, dare tutto».

# TEST

## Sei pronto/a a ripartire?



«Per lasciarsi questo difficile periodo alle spalle, bisogna fare 3 cose.

**1.** Riprendere in mano le proprie passioni. **2.** Concedersi anche attività rilassanti. **3.** Studiare le opportunità offerte da questo “nuovo mondo”».



A parlare così è Myriam Lopa, psicologa clinica, formatrice e autrice di libri di crescita personale ([www.myriamlopa.it](http://www.myriamlopa.it)). In base alle casistiche che ha affrontato in questi mesi, ha stilato per *Millionaire* un test esclusivo per capire se, e quanto, siamo pronti a ripartire.

### 1/ L'ultimo anno e mezzo:

- a. È stato per me un periodo molto duro. Stare quasi sempre a casa mi ha abbattuto e ora pensare di uscire non mi attira tanto.
- b. È stato un periodo intenso, ma che ho messo a frutto, cercando nuovi stimoli e imparando cose nuove.
- c. Dopo un primo momento di smarrimento, ho fatto buon viso a cattivo gioco e mi sono anche un po' annoiato/a.

### 2/ Se penso al futuro la mia emozione dominante è:

- a. Ansia.
- b. Sollievo.
- c. Nulla di particolare, si ritorna alla solita routine, ma con uno stato d'animo peggiore.

### 3/ L'idea di riprendere più serenamente rapporti sociali:

- a. Non mi dà soddisfazione. Non ritengo di averne bisogno.
- b. Mi dà più tranquillità. Ho sofferto il fatto di non poter frequentare nessuno, se non online.
- c. Mi mette in agitazione, perché non so se sia davvero poco rischioso.

### 4/ Il mio rapporto con i telegiornali:

- a. Li ascolto con il giusto distacco in modo che il flusso mediatico non influenzi troppo il mio benessere psicologico.
- b. Divoro le notizie sulla situazione pandemica, in modo da sapere tutte le novità.
- c. Non li guardo proprio, perché tanto non dicono mai la verità.

### 5/ Se mi chiedessero di portare avanti ancora per qualche mese comportamenti sociali come portare la mascherina in pubblico e mantenere la distanza interpersonale:

- a. Lo riterrei un compromesso accettabile per poter tornare ad avere una vita vicina alla normalità.
- b. Lo accetterei con molto fastidio, perché sento troppi limiti alla mia libertà.
- c. Metto anche 2 mascherine una sopra l'altra e, se possibile, preferisco non vedere nessuno di persona per evitare rischi.

### 6/ Quello che ho sofferto di più durante il lockdown:

- a. Le limitazioni della mia libertà personale. Ho trovato tutto molto ingiusto.
- b. Non poter vedere le persone che amo, avere limitazioni della mia libertà, avere, eventualmente, difficoltà economiche legate al lavoro.
- c. Non poter vedere le persone che amo ed, eventualmente, le difficoltà economiche, ma la paura mi ha fatto mettere il cuore in pace.

# Risultati

## 7/ La frase migliore che vorrei sentirmi dire presto:

- a. È tornata la maggior parte della normalità.
- b. Siamo tutti al sicuro.
- c. Ci scusiamo profondamente per il disagio che vi abbiamo causato.

## 8/ Se dovessi raccontare questo periodo alle future generazioni, direi:

- a. È stato un periodo stranissimo, difficile e inatteso a livello mondiale. Alle finestre c'erano striscioni con scritto "Andrà tutto bene" e, anche se ero preoccupato/a, sapevo che a tutto c'è sempre una fine.
- b. Il periodo più buio dell'umanità moderna. Sembrava non esserci mai la luce in fondo al tunnel. Ero talmente agitato/a che temevo che non ci sarebbero mai stati miglioramenti.
- c. È stato un periodo disastroso di limitazione di libertà. Ero molto arrabbiato/a per le costrizioni. Non mi sono preoccupato/a nemmeno per un attimo.

## 9/ Il mio modo principale di affrontare la quotidianità è:

- a. L'impulso.
- b. Il ragionamento.
- c. La paura.

## 10/ Per quanto riguarda il futuro, il mio atteggiamento è di:

- a. Cauto ottimismo.
- b. Prevalentemente pessimista.
- c. Un po' altalenante, in prevalenza rabbioso.

### PUNTEGGI

	a	b	c
1	1	2	3
2	1	2	3
3	3	2	1
4	2	1	3
5	2	3	1
6	3	2	1
7	2	1	3
8	2	1	3
9	3	2	1
10	2	1	3

### Da 25 a 30 punti: "E allora?"

Semberebbe che una delle tue forze propulsive sia la rabbia legata al senso di ingiustizia. Di per sé la rabbia è un'emozione utilissima a portare avanti piccoli e grandi cambiamenti in se stessi e nella società... se viene ben incanalata. Non si può dire che tu non sia pronto/a a ripartire, ma con che spirito affronterai il nuovo periodo? A volte è meglio deporre un po' le armi e cercare di godersi maggiormente i periodi di serenità, senza rivangare quello che non è andato esattamente come volevamo. I sani compromessi sono una delle chiavi per la serenità. E a tutti piace la serenità, vero?

### Da 13 a 24 punti:

### "Pronti, partenza... via!"

Con la parola "entusiasmo" che spesso ti contraddistingue sei pronto/a per la ripartenza, pur con qualche timore. La sensazione di poter finalmente riprendere in mano la tua vita ti fornisce in molti momenti un sano ottimismo. Quante nuove possibilità può offrire il futuro? Pensaci e sicuramente la tua spinta vitale ne avrà ancora più beneficio. Lasciamo nel passato quello che là deve stare. Non ce lo vogliamo mica portare appresso, giusto?

### Da 10 a 12 punti:

### "Aspettiamo un attimo... va"

La tua emozione prevalente parrebbe essere la paura. Il timore degli eventi è naturale ed è giusto che ci sia, ma con la giusta misura. Non lasciare che guasti la tua creatività e le cose belle che la vita ti può offrire. Può essere utile focalizzarsi un po' di più sugli aspetti più positivi che costellano la vita. Vero che le situazioni sgradevoli esistono, ma puoi scegliere se porre l'attenzione solo su quelle o anche su scorci più tranquillizzanti. Questo non significa mettere la testa sotto la sabbia come gli struzzi, ma usare al meglio il proprio pensiero. Cosa potresti fare se avessi (un po') meno paura?

La pandemia ha ispirato la nascita di una nuova academy dedicata al business, che propone corsi personalizzati e tailor made. Tra i temi portanti, la multicanalità.

## Imparare a vendere da chi lo fa di mestiere

**A**lla base del saper vendere, c'è la formazione specifica, teorica e pratica. Ne è convinto Valerio Girolami, Ceo & founder di **Empire Group**, una holding strutturata su diversi modelli di business. Girolami durante il primo lockdown, ha avuto un'intuizione: insegnare agli altri quello che meglio sa fare, ossia vendere. Grazie all'esperienza trasversale che va dall'attività fronte strada alla vendita di servizi, passando per la vendita telefonica e digitale, è nata **Twenty**, la società del Gruppo che si occupa proprio di formare le persone alla difficile arte del saper vendere. «I nostri clienti sono negozianti, commerciali, networker che ci affidano i loro venditori per potenziarne le capacità e le strategie di vendita e comunicazione». spiega Girolami «I nostri corsi sono tutti registrati in studio o nelle nostre sale di formazione e sono tutti in altissima qualità. Non ci sono "riprese" di contenuti dal vivo riciclati, ma sono tutti stati ideati e pensati



**Valerio Girolami, Ceo & founder di Empire Group**

per la nostra prima collana Venditore Straordinario. A questa, ne seguiranno altre».

**Valerio ci parli di Empire Group. Di che cosa si occupa?** «Empire Group nasce come piccolissima società di vendita di servizi. Iniziammo in 5 nel 2014: all'epoca vendevamo forniture di energia e telefonia porta a porta. Con il tempo ci siamo evoluti: oggi siamo una holding che conta quasi 150 collaboratori e che opera con diversi modelli di business. Abbiamo negozi, punti vendita, un call center di 60 operatori, una rete di venditori digitali e una di venditori fisici con cui acquisiamo ogni tipologia di cliente, dal privato alle maxi imprese. Proprio quest'anno abbiamo inaugurato la nostra nuova sede a Pero (Mi) di oltre 1.000 mq, la quale ospita anche le altre due aziende di proprietà di Empire Group: Red che si occupa investimenti immobiliari, e Twenty».

**Con Twenty vi occupate di formazione, corretto?** «Esatto. Twenty è l'ultima società nata nel Gruppo ed è frutto del lockdown dello scorso anno. In quel periodo mi sono reso conto di quanto, in momenti





particolari come quello che abbiamo passato, sia fondamentale la capacità di sapersi adattare e di saper migliorare e sviluppare tutti i modelli di business. Mi sono detto: "Io ci sono riuscito, devo poterlo insegnare ad altri". Così siamo partiti a ideare i primi corsi e abbiamo scelto il nome Twenty: credo che il 2020 non potrà essere dimenticato, soprattutto da chi fa impresa».

**Come siete partiti?** «Abbiamo lanciato Venditore Straordinario, una prima collana di corsi creata sulle 4 capacità che deve avere chi vende: sapersi vendere bene, saper vendere tanto e costantemente i propri prodotti o servizi, saper comunicare e avere un giusto atteggiamento mentale al business. Entro la fine dell'anno, poi, lanceremo anche la seconda collana, che sarà dedicata agli imprenditori che si avvalgono di collaboratori e dipendenti o che desiderano strutturarsi. Creeremo corsi sulla leadership, la gestione del personale, il team building e lo sviluppo di ogni attività commerciale».

**Nei vostri corsi si parla anche di multicanalità?** «Sì, anzi, credo che sia proprio il valore aggiunto dei nostri corsi. Ogni tema, sia nei contenuti online sia negli eventi dal vivo, viene sempre trattato e argomentato sui 3 canali di vendita più importanti: la vendita dal vivo, quella telefonica e quella online. Siamo convinti che, soprattutto in questo periodo storico, sia strettamente necessario saper evolvere a strategie diverse. Si è visto con l'emergenza sanitaria: chi era ben organizzato nella vendita online ha trasformato la crisi in un'opportunità, chi invece non ha saputo diversificare, ha subito. Allo stesso modo credo che chi si sia cimentato in attività esclusivamente digitali, nel lungo periodo si scontrerà con

i limiti del sistema. La capacità di saper vendere e comunicare efficacemente anche dal vivo tornerà a essere fondamentale».

**Sono percorsi standard, oppure avete pensato anche a corsi personalizzati?** «Insegnando la multicanalità, anche noi sfruttiamo al meglio la nostra. I corsi standard sono registrati, ma ogni studente che acquista un corso, attraverso i nostri coach, può accedere anche a percorsi personalizzati, sia per singoli sia per aziende. La personalizzazione della formazione è un aspetto necessario: per tale motivo diamo la possibilità a chi ha già acquistato il corso registrato di avere un training individuale, al fine di poter cucire ad hoc un percorso e uno sviluppo di strategie ideale per quella specifica attività o per quello specifico venditore».

**È già possibile sottoscrivere i corsi?** «Certo, Venditore Straordinario è già disponibile. Sono quasi 250 video, 4 book formativi ricchi di strumenti, esercizi pratici e suggerimenti su come applicare alla propria realtà ciò che si è imparato. Poiché siamo in fase di lancio, abbiamo messo un importante sconto su tutti i corsi singoli, nonché una promo ancora più vantaggiosa per chi acquista l'intera collana. Siamo molto soddisfatti della partenza, abbiamo ricevuto già tantissimi feedback di grande soddisfazione dei nostri clienti e studenti e siamo convintissimi di essere sulla strada giusta per dare un grande valore a tantissimi professionisti e venditori».



Numero Verde 800 172 373

[www.20bt.it](http://www.20bt.it)

IG - @twentybusinesstraining

info@20bt.it

**Riparte l'economia**

Bonus Bebè e incentivi fiscali per la famiglia nel 2021.

**Cogli l'occasione! Investi anche tu con un grande gruppo per vincere insieme!**

Se hai capacità manageriale, conoscenze a livello commerciale, facilità nei rapporti interpersonali e nella gestione delle risorse umane, volontà d'investire su te stesso, sei motivato e finanziariamente solido...  
**scopri il franchising Iperbimbo:**

**Prezzi e assortimenti super concorrenziali**

**Tutti i migliori marchi**

**Nessuna partecipazione ai costi della pubblicità nazionale**

**Esclusiva di zona per bacino d'utenza**

**Corsi gratuiti di aggiornamento e formazione**

**Iperbimbo è un franchising di successo!**



**Iperbimbo**

Richiedi subito informazioni su:  
[www.iperbimbo.it/franchising/](http://www.iperbimbo.it/franchising/)  
oppure chiama il numero verde:  
800130310



# M



# SFIDE

Mirko Testa, 24 anni  
«Mettersi in gioco è  
sempre una vittoria»

## Handbike: le sfide che fanno bene

**S**frecciano a pochi centimetri dall'asfalto a 30, 40, persino 50 km all'ora. Tra pericoli del traffico, auto e camion, strade sconnesse. La fatica trasforma le loro braccia in stantuffi di un motore umano, alimentato da impegno e voglia di vincere. Tutti conosciamo Alex Zanardi, la sua resilienza e la sua sfortuna. Ma ci sono centinaia di storie sconosciute di riscatto, coraggio, costanza, che portano uomini e donne ben oltre i limiti della menomazione fisica. Mirko Testa, 24 anni, del Team Active Sport La Leonessa era un atleta di motocross. A due anni dall'incidente che l'ha costretto sulla sedia a rotelle, è già stato convocato nella Nazionale. «All'inizio è stato difficile. Poi ho conosciuto il mio team, che va nelle strutture di riabilitazione proprio per avvicinare le persone al mondo paralimpico». Mirko si allena in vista delle Paralimpiadi di Parigi 2024. Perché l'handbike? «Provo un gran senso di



libertà. E nelle gare, agonismo, divertimento, adrenalina, professionalità. Sono stato fortunato: Active e uno sponsor, Mak, sostengono i costi della mia preparazione».

**In tutto il mondo si tengono competizioni per handbiker, come il Campionato italiano di Paraciclismo,**

organizzato dalla Federazione ciclistica italiana. Tra le iniziative private, c'è il Giro d'Italia handbike.

L'ideatore è Andrea Leoni, che lavora in Fci e nell'organizzazione del Giro d'Italia: «C'erano tante categorie nel Giro. Perché non pensare anche agli handbiker?». Era il 2009. Con un gruppo di volontari, tra cui Fabio Pennella, oggi presidente di Seo Asd, la onlus organizzatrice del Giro, nasce il progetto di un circuito di gare. I partecipanti sono atleti e persone con handicap, ma oggi la Federazione ciclistica ammette anche handbiker normodotati. Quest'anno, **la 12ª edizione del Giro Handbike è partita il 6 giugno da Reggio Emilia, con 112 atleti.** Vincitore e maglia rosa è proprio Mirko Testa (categoria MH3). «Ogni handbiker ha una storia di sacrificio, a cominciare dal costo dell'handbike, circa 15mila euro».

I costi vivi per l'organizzazione di una tappa sono di 10mila-12mila euro. Li coprono Comuni e sponsor locali. «Una tappa muove circa 60.000 euro sul territorio, tra bar, ristoranti e strutture ricettive».

INFO: [www.girohandbike.it](http://www.girohandbike.it)



di Silvia Messa, s.messa@millionaire.it

# L'ONDA BUONA DELLA NAUTICA

**Un settore trainante per l'economia italiana  
si conferma produttivo e resiliente. Voglia di navigare,  
per aziende e armatori, tra lusso ed ecologia**

Nerea Yacht NY 24 è  
la novità eco e tecno di  
un cantiere di Fano (Pu).

## CLASSIFICA DEI MAGGIORI CANTIERI NAUTICI

(Top 10 per fatturato 2020 nella Nautica, Pambianco)

1. Azimut
2. Benetti
3. Sanlorenzo
4. The Italian Sea Group
5. Palumbo
6. Absolute
7. Overmarine
8. Cantiere del Pardo
9. Fratelli Rossi
10. Cranchi

Stiamo costruendo quasi la metà degli yacht a livello globale. Le aziende nazionali hanno avuto le migliori performance nei primi tre trimestri 2020, contro gli andamenti negativi dei nostri grandi competitor: Cina, Corea, Giappone, Germania e India. Le province con migliori risultati: Lucca, Genova, Gorizia e Ravenna.

La maggior parte dei grandi cantieri dichiara fatturati positivi e in ripresa. Nel 2021, 1 azienda su 3 nel settore unità da diporto prevede crescita rispetto al 2020 (*Monitor, Confindustria Nautica, marzo 2021*), anche per tutte le imprese manifatturiere e artigianali dell'indotto, da quelle specializzate in nautica a quelle dell'*home & furniture*, cui si aggiungono le attività di servizio, per i cantieri e i clienti. Il settore regge e la barca è un sogno da realizzare per molti (ma non per tutti), italiani e non, disposti a spendere per qualcosa di bello. E ben costruito. Il Covid ha aggiunto un plus, stare al sicuro e all'aria aperta, al senso di libertà che si prova navigando. Registrato il +40% di ricerche sul Web degli italiani per vacanze in barca (Google Trends).

Emerge il desiderio di imbarcazioni che coniughino sicurezza, materiali e tecnologie all'avanguardia, ma anche design e dettagli ricercati. La personalizzazione è la scelta di quasi tutti i costruttori. Altra tendenza: il rispetto per l'ambiente, motori ecologici, dove elettricità e idrogeno promettono navigazioni in autonomia, sempre più lunghe e silenziose. E i materiali da costruzione tengono conto della necessità di riparazioni, manutenzioni e riciclo a "fine corsa". Una fine sempre più rimandata: lo prova l'attività di imprese di rimessaggio, manutenzione e restauro di imbarcazioni. Ecco alcune novità emerse in occasione del Salone Nautico di Venezia ([www.salononautico.venezia.it](http://www.salononautico.venezia.it)), chiuso il 6 giugno. In attesa del Salone Nautico di Genova, in programma dal 16 al 21 settembre (<https://salononautico.com>). ▶▶

## Avanti, a gonfie vele.

Il 2020 per il settore nautico è stato comunque un anno positivo. I nostri cantieri sono stati secondi al mondo per vendite export (*dati Ansa-Prometeia Forum delle Economie*). Nel 2021, la nautica italiana è leader in Europa. Primi per saldo commerciale, con 2,2 miliardi di dollari, un fatturato globale di 4,78 miliardi di euro, di cui 1,64 miliardi nel mercato interno. Un settore che dà lavoro a 23.510 addetti diretti e oltre 180.000 persone in tutta la filiera (*Fondazione Symbola*). L'Italia è prima al mondo nel settore dei superyacht (sopra i 24 metri).



©Taccola

✓ STORIA 1

## «11.98, così abbiamo creato una tra le migliori barche possibili»

11.98, una cifra che dice molto agli appassionati di vela. È la barca di Italia Yachts premiata in competizioni sportive, Barca dell'Anno 2021 per la Federazione italiana Vela e Confindustria Nautica.

«Ha vinto tutto. Regala grandi emozioni. «Una vera barca che per la sua costruzione punta sul 100% Made in Italy» la motivazione del premio. L'ha ritirato Daniele De Tullio, sales manager, rappresentante della famiglia Vitulano, che ha investito in un cantiere tutto italiano, nato nel 2011 dalla passione di tre velisti. Tra loro Marco Schiavuta, ora tra i responsabili tecnici. «L'idea era costruire le migliori barche possibili. Siamo un brand giovane, ma capitali importanti ci hanno permesso di puntare sulla ricerca tecnologica continua e sulla crescita, secondo un piano industriale che completeremo nel 2022. Cresciamo del 15-20% anno su anno. E nel 2020, +25% del fatturato. Anche grazie a 11.98, che ha fatto clamore» spiega De Tullio.



«Una vera barca che per la sua costruzione punta sul 100% Made in Italy» la motivazione del premio. L'ha ritirato Daniele De Tullio, sales manager, rappresentante della famiglia Vitulano, che ha investito in un cantiere tutto italiano, nato nel 2011 dalla passione di tre velisti. Tra loro Marco Schiavuta, ora tra i responsabili tecnici. «L'idea era costruire le migliori barche possibili. Siamo un brand giovane, ma capitali importanti ci hanno permesso di puntare sulla ricerca tecnologica continua e sulla crescita, secondo un piano industriale che completeremo nel 2022. Cresciamo del 15-20% anno su anno. E nel 2020, +25% del fatturato. Anche grazie a 11.98, che ha fatto clamore» spiega De Tullio.

«L'idea era costruire le migliori barche possibili. Siamo un brand giovane, ma capitali importanti ci hanno permesso di puntare sulla ricerca tecnologica continua e sulla crescita, secondo un piano industriale che completeremo nel 2022. Cresciamo del 15-20% anno su anno. E nel 2020, +25% del fatturato. Anche grazie a 11.98, che ha fatto clamore» spiega De Tullio.

**Cifra per avviare un cantiere di produzione?** «Dipende dal piano industriale. Per costruire un brand non puoi lanciare una sola barca. Comunque almeno 10 milioni di euro». Dietro ogni barca ci sono yacht e interior designer, ingegneri aerodinamici e aerospaziali, artigiani e tecnici specializzati.

**Quante persone servono per realizzare una barca?** «Servono competenze,

noi lavoriamo con 10 studi professionali. La complessità del processo si accentua quando vuoi sviluppare strutture, forme e tecnologie diverse da quelle sul mercato. La ricerca rende il nostro brand inconfondibile. In una riunione tecnica siamo anche in 25».

### Fisicamente, dove produce?

«Abbiamo creato un centro unico a Ostellaro (Fe), il sito produttivo è su una superficie di 5mila mq».

### La tecnologia è importante?

«Un tempo si realizzavano prototipi prima, poi le barche per gli acquirenti. Ora facciamo uso dell'AI durante la realizzazione delle barche. Di 11.98 ne abbiamo varate e vendute già 14. L'armatore (*chi acquista la barca, ndr*) si sceglie anche per le sue competenze, che migliorano il progetto. Ogni barca è come un vestito su misura, costruita dialogando con gli armatori».

**Tempi di costruzione di una barca?** «10-12 mesi. Prima il modello, poi stampo e laminazione».

**Prezzo?** «La 11.98 parte da 250mila euro. I modelli sportivi arrivano a 450mila euro».

**Tecnologia a bordo?** «Molta. Oltre alla domotica, abbiamo un sistema per scaricare la telemetria delle performance dalla barca in gara. Il computer affianca l'uomo. I software a bordo sono integrati per le imbarcazioni da gara. Le barche a vela, in genere, sono rimaste agli anni 80. Noi le abbiamo aggiornate al 2021».

### Vi avvalete di startup per le innovazioni?

«Le giovani menti brillanti preferiamo assumerle. Da poco sono entrati in azienda un ingegnere navale, un architetto e un ingegnere aerospaziale. Così il know-how che sviluppiamo resta nostro. Le startup non hanno spesso sufficienti finanziamenti. Noi diamo certezze, premi. L'età media del personale è sotto i 40 anni. Ci piacciono i giovani: l'eccesso di esperienza fa sedere!».

del personale è sotto i 40 anni. Ci piacciono i giovani: l'eccesso di esperienza fa sedere!».

INFO: [www.italiyachts.com](http://www.italiyachts.com)

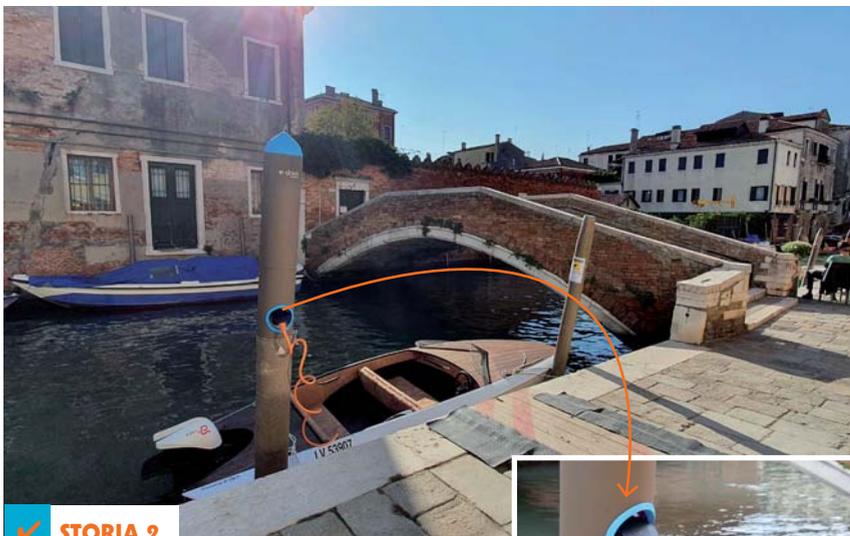




✓ **STORIA 3**  
**LA SPEZIA:  
IL POLO GENERA  
PRODUZIONE E  
OCCUPAZIONE**

La Spezia vuole diventare un polo nazionale per riparazioni e manutenzioni di unità di diporto. Il progetto Miglio Blu, lanciato dal Comune e dalla Regione Liguria, prevede di riqualificare un'area e creare occupazione di qualità per i giovani, in collaborazione con l'università e con interventi formativi finanziati. Di blu si tingerà l'asfalto di un tratto di strada, con segnaletica e attività di servizio, dove si affacciano Cantieri Sanlorenzo Yacht, Cantieri Riva-Ferretti Group, Cantieri Baglietto-Baglietto Yachts, Fincantieri, Perini Navi, Cantieri Navali La Spezia e Navale Michellini.

Nello Spezzino operano 4 dei primi 5 cantieri italiani che costruiscono imbarcazioni superiori a 24 metri. Ma ci sono anche centri ricerca (il Cmre Nato e il Ccsm della Marina Militare) e il porto turistico Lotti. Anche Venezia vuole attrarre diportisti e soprattutto megayacht, per creare lavoro e ripopolare la città. Al lancio del secondo Salone Nautico di Venezia (29 maggio-6 giugno), il sindaco Luigi Brugnaro ha esposto un'idea: convertire le aree dedicate alle manutenzioni del Mose, all'Arsenale, in spazi per il refitting invernale delle imbarcazioni. Gli armatori potrebbero trovare alloggi di lusso e bacini di carenaggio ripristinati ed efficienti.



✓ **STORIA 2**  
**LA STARTUP CHE FA  
PALINE TECNOLOGICHE**

Si chiama E-concept, ha lanciato E-dock, un progetto per rendere la laguna veneta e i laghi italiani luoghi più silenziosi e meno inquinati. La startup è stata fondata nel 2019 da Claudio Iannelli, esperto di ambiente ed energia e scalatore, Matteo Bartoli, una laurea in Filosofia, Francesco Pannoli, marketing e comunicazione e Mara Sartore, esperta di comunicazione e marketing, che ha vissuto in diverse città per poi tornare a Venezia. «Nell'ottobre 2020 abbiamo fatto una campagna di equity crowdfunding su Ecomill, piattaforma dedicata a progetti nei settori dell'energia, dell'ambiente e del territorio: obiettivo 100.000 euro, raccolti: 141.850 euro. Tra i vari sostenitori, Enel X e Confindustria Venezia» spiegano i fondatori. E-dock prevede la realizzazione di paline per la ricarica elettrica a Venezia (una già installata nel 2020, tre in installazione), ma anche in aree lacustri: la prima sarà sul Garda, a San Felice in Benaco (Bs). Sembrano pali di legno, ma sono infrastrutture tecnologiche in materiali riciclabili e antiurto, resistenti alla salsedine. Il Comune ha messo a disposizione 1,5 milioni di euro per trasportatori, tassisti e privati cittadini che vogliono convertire le loro imbarcazioni all'elettrico, con soluzioni di motori ibridi. **INFO:** <http://e-concept.it>



#### ✓ STORIA 4

## Stampata in 3D in vetroresina

Hanno creato e varato Mambo (Motor Additive Manufacturing Boat), la loro prima barca interamente stampata in 3D in vetroresina.

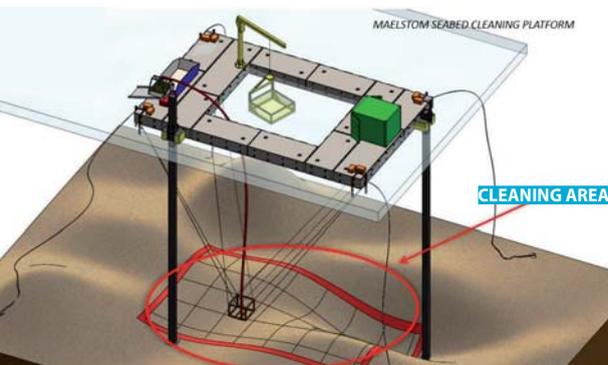
E cercano investitori per sviluppare nuovi progetti. Gabriele Natale, designer, e Michele Tonizzo (foto a destra), architetto, sono i fondatori di Moi Composites, spin-off del Politecnico di Milano, che stampa in 3D oggetti resistenti e personalizzati, utilizzando design digitale, robot e materiali compositi avanzati. «Ci lavoriamo dal 2016» racconta Michele. «Gabriele e io siamo ex studenti del Politecnico. Ci siamo applicati all'uso di materiali compositi: vetroresina, fibra di carbonio, kevlar. Nel 2018 siamo usciti dall'università. Tuttora collaborano con noi la professoressa Marinella Levi, che ci ha insegnato tutto, ricercatori e tirocinanti del Politecnico».



Moi è un'azienda manifatturiera. Sta sviluppando una tecnologia che poi venderà. Per ora produce parti per cantieri nautici (es: Sanlorenzo), Eni e grandi aziende. Ha sviluppato anche il ramo Moi Dental, nel biomedicale. Tra tutti, ci lavorano in 15. Designer e partner del settore "marine" li aiutano con la loro esperienza. «Mambo è un "pezzo unico" di 7 metri, non realizzabile con stampi. La nostra tecnologia ci permette di realizzare pezzi sempre diversi, prodotti resistenti e leggeri di dimensioni, forme e prestazioni uniche, a costi ridotti su richiesta». Mambo non è in vendita, Moi l'ha creata per dimostrare agli armatori che si può produrre una barca su misura sui suoi desideri. Ora, con le dimensioni di un tender, ma in futuro potrebbero essere stampati anche yacht. **INFO:** [www.moi.am](http://www.moi.am)

#### ✓ STORIA 5

## ROBOT E BOLLE ANTIPLASTICA



Una barriera di bolle solleva i rifiuti dal fondo dei fiumi. E un robot li raccoglie, li smista per il riciclo o per trasformarli in carburante marino: ci lavorano i ricercatori di Maelstrom (MARinE Litter SusTainable RemOval and Management), iniziativa internazionale finanziata dal Programma Horizon 2020 dell'Unione europea e guidata dall'Istituto di Scienze marine del Consiglio nazionale delle Ricerche (Cnr Ismar). «La bubble barrier, che non impedisce la navigazione e il movimento dell'ittiofauna, è stata sviluppata ad Amsterdam. Un'altra sarà realizzata vicino a Porto, in Portogallo. Noi in Italia lavoriamo alla piattaforma galleggiante con un robot che raccoglie i rifiuti nelle

✓ STORIA 6

## Bella, eco e tecnologica



Le barche si fanno per mestiere. Ma in quelle belle c'è passione. E sogno. Per questo Dario Messina, non ancora 40enne, ma in cantiere navale da molti anni, oltre a essere titolare di Argo Marine, che dal 2008 costruisce imbarcazioni conto terzi per Azimut, Ferretti e Cantieri del Pardo, ha investito in una nuova produzione, nelle vicinanze di Fano, e in un nuovo brand: Nerea Yacht. «Sono partito nel 2019. Era un mio sogno nel cassetto, so che costruire barche come voglio io e affermare un nuovo brand è un lungo percorso in salita» spiega Messina. La sua Nerea Yacht NY 24 ha incantato addetti ai lavori e giornalisti al Salone di Venezia. «Ne abbiamo già realizzate 4 e stiamo raccogliendo nuovi ordini. Colore e dettagli sono personalizzabili. Il prezzo parte da 150mila euro». Il costruttore è attento all'ecologia, nella scelta di materiali e rivestimenti. «Usiamo l'oleomalta "Oltremateria" per trattare le superfici, a base acqua, ignifuga, priva di sostanze tossiche, che si adatta a ogni tipo di ambiente e non inquina a fine vita». In una barca di dimensioni contenute (7,5 m) le soluzioni tecnologiche sono degne di un superyacht». Le scelte di Messina lo premiano. Il fatturato Argo Marine 2020 è stato di quasi 2,5 milioni di euro, in aumento del 20% circa rispetto al 2019. Quanto è costato avviare Nerea Yachts? «Circa 800mila euro, considerando tutto: progettazione, prototipazione, modelli e stampi, prima stampata e avviamento commerciale della startup e comunicazione». In Argo Marine e Nerea, Messina dà lavoro a circa 50 persone, tra dipendenti diretti e collaboratori esterni.

INFO: [www.nereayacht.com](http://www.nereayacht.com)



✓ STORIA 7

## LA BARCA IN ALLUMINIO, SOLIDA E RICICLABILE

Opera Prima Mare '37 Hybrid è una novità: propulsione elettrica, con un motore diesel "nascosto" da 800 Hp. L'hanno chiamata Opera Prima perché di artistico, artigianale e ispirato c'è molto in questa barca, realizzata in alluminio. «È un metallo nobile, molto robusto. Saldato in un blocco unico, riparabile. Ed è ignifugo e riciclabile al 100%. Io ho visto come si distruggono o si incendiano le barche in vetroresina. Non è un bello spettacolo. Alla nostra Opera Prima non succederà» racconta Marco Albani, commerciale e imprenditore nel lusso. La nuova ecobarca innovativa l'ha costruita con i suoi due soci, Massimo Mondino, imprenditore in carpenteria, e Antonello Porello, pittora industriale. Al loro fianco Matteo Costa, designer. «Ora la nostra barca è in acqua. La '47 sarà sul mercato nel 2022. La nostra società è nata nel 2018. Questi anni, compreso il periodo del Covid, hanno richiesto molto impegno, fede nel prodotto e nel materiale, e investimenti sotto il milione di euro. Ora dobbiamo vendere». La barca è dotata di due potenti motori diesel e due elettrici, che rendono possibili 6 ore di navigazione silenziosa. Base: 445mila euro. INFO: [www.operaprimamare.it](http://www.operaprimamare.it)



aree costiere a bassa profondità e alla tecnologia per smistamento, riciclo e nuovo carburante» spiega Fantina Matricardo, coordinatrice del progetto Cnr Ismar. Tempi? «Le tecnologie saranno pronte per la prima pulizia a giugno dell'anno prossimo.

Collaboriamo con un progetto gemello, Innoplastic, finanziato dalla stessa call europea, che si concentra sul filtraggio di micro e macroplastiche in impianti industriali e su robot per raccogliere plastica sulle spiagge». INFO: [www.maelstrom-h2020.eu](http://www.maelstrom-h2020.eu), [www.innoplastic.eu](http://www.innoplastic.eu)

✓ STORIA 8

## Ecomotori a idrogeno

Un progetto che vuole rivoluzionare la nautica, introducendo l'idrogeno nei motori delle barche, con un'idea di fondo: il comfort può sposarsi con l'ecologia. La sviluppa una

cooperativa nata nel 2015 come spinoff dell'Università di Genova, Dipartimento di Ingegneria meccanica (Dime). Un team di giovani ingegneri ha realizzato H2Boat. Il nome ora è anche quello della Srl che si occupa di brevetti, prototipazione e commercializzazione di un nuovo sistema a idrogeno per yacht, megayacht e barche a vela, ma applicabile anche in altri ambiti. È un sistema chiuso, un Energy Pack, composto da un generatore elettrico *fuel cell*, un serbatoio per lo stoccaggio di idrogeno in idruri e un elettrolizzatore, che ricava l'idrogeno dall'acqua, separandolo dall'ossigeno grazie all'energia elettrica, prodotta a bordo da fonti rinnovabili, generata durante la navigazione a motore, o in banchina. Il sistema produce un solo scarto: acqua. L'impresa mette a disposizione il suo know-how agli armatori.

«È applicabile su ogni tipo di barca» spiega Thomas Lamberti, uno dei fondatori. Il Pack si integra nella barca senza modificarne le prestazioni. Nel caso della vela, la migliora. Gli idruri sostituiscono piombo o ghisa nella deriva, rendendo la barca più leggera.

### Chi ha finanziato H2Boat?

«Un debito garantito da Coopfond, 350mila euro erogati da Banca Etica. Sono serviti per lo sviluppo iniziale e la costruzione di un prototipo» spiega Thomas. «Il sistema lo venderemo dal

©Flaccola



2022. Stiamo lavorando su più fronti. Serviranno 1,5 milioni di euro per la produzione. Chiederemo anche sovvenzioni nel bando Eic. Non è facile. Siamo in 10 a lavorare in H2Boat. Collaboriamo con grossi cantieri. Ma per loro chi fa ricerca è solo un fornitore. Forse le cose cambieranno grazie ai crediti di imposta previsti per le aziende che investono in ricerca e sviluppo. L'idrogeno è considerato una frontiera interessante».

**Costi?** «Per ora, un Energy Pack è più costoso rispetto a una batteria al litio, a parità di potenza. Ma i costi si abbasseranno con la produzione industriale. Per ora la nostra tecnologia è appetibile per le imbarcazioni di lusso».

INFO: [www.h2boat.it](http://www.h2boat.it)

✓ STORIA 9

## NUOVI SPAZI E UN BRAND CHE SI RILANCIA

Ormezzio, manutenzioni e refitting, restauro barche d'epoca, servizio a 360° per la nautica: è l'ambito di attività della Seven Stars Marina & Shipyard, a Pisa, che nel 2019 ha puntato su un brand storico, Leopard, per ampliare la produzione e realizzare barche eccellenti, "personalizzate". Leopard è stato ceduto dalla famiglia Picchiotti, costruttori di barche dal 1600. Seven Stars oggi amplia organico e spazi. Al timone, Davide Mugnaini, Ad e socio. «Da 58 barche nel 2019, siamo già a 100

nel 2020. Nel cantiere Leopard ormai non lavorava più nessuno. Oggi siamo ripartiti a pieno ritmo, investendo circa 10 milioni di euro. La produzione di un nuovo Leopard darà lavoro a 40 persone. I nostri dipendenti sono 30, ma con le aziende che collaborano arriviamo a 300. Due i cantieri: Navicelli, un capannone di 3.000 mq, piazzali di 30.000 mq, una banchina della darsena di oltre 500 m di attracchi, e Tombolo, 9 capannoni attrezzati per 10.000 mq coperti, piazzali per 80.000 mq e 1.000 mq di darsena». Il primo modello Leopard presentato è un 36 metri. In programma 2 yacht da 24 e 46 metri. «Quello degli yacht è un mercato che, nonostante il rallentamento dovuto alla pandemia, è cresciuto del 12% dal 2016. L'obiettivo è occupare una nicchia in questo mercato». INFO: [www.7starsms.eu](http://www.7starsms.eu)





✓ **STORIA 10**

## VOLARE SULL'ACQUA: COSÌ ABBIAMO CREATO L'ALISCAFO ELETTRICO

Lei, Ceo, Sampriti Bhattacharyya, ingegnere meccanico, ha lavorato nella Nasa. Il socio, Reo Baird, è un ingegnere aerospaziale esperto in sistemi autonomi avanzati, con la passione per la navigazione. Insieme hanno fondato una startup in Silicon Valley, e realizzato Navier 27, il loro primo aliscafo elettrico, che viaggia su foil. Veloce (promettono fino a 30 nodi), autonomo (fino a 75 miglia), silenzioso, adegua l'assetto alla superficie, senza scossoni e anche... senza pilota, grazie all'autopilota assistito e alla tecnologia per l'attracco. Prezzo base: 250mila euro. **INFO:** [www.navierboat.com](http://www.navierboat.com)

✓ **STORIA 11**

## Investitori per il motore elettrico idrogetto

DeepSpeed è un motore elettrico idrogetto innovativo, potente ma ecologico, messo a punto dall'azienda italiana Sealence. La sua proposta è un "ecosistema" per una navigazione sostenibile per l'ambiente, che comprende il motore, batterie, controlli, elettronica a bordo e soluzioni a "bordo banchina", con sistemi di ricarica e di autoproduzione dell'energia. «Sono poi previsti servizi di monitoraggio remoto via smartphone o Pc per la verifica dei sistemi installati» spiega l'ufficio stampa dell'azienda.

**A che punto siete?** «Da giugno siamo in consegna ai primi cantieri navali per una sperimentazione di 12 mesi. Le prime applicazioni commerciali si vedranno nel 2022».

**Dimensioni attuali dell'azienda?** «Da gennaio 2020 siamo passati da 3 a quasi 30 dipendenti e abbiamo lanciato una campagna di recruitment che prevede di arrivare a una sessantina di risorse a fine 2021. Stiamo cercando competenze in area tecnica da inserire nel team di ricerca e sviluppo per sostenere l'intensa fase di ingegnerizzazione e sperimentazione dei nostri jet. Ma sono aperte posizioni anche per l'area marketing. La nostra sede si trova a Milano. Interagiamo con le università fin dall'inizio del progetto, in particolare con il Politecnico di Milano, l'Università di Padova



che si occupa della progettazione fluidodinamica (nucleo centrale della nostra innovazione), l'Università di Modena e Reggio Emilia e con lo spin-off dell'università di Parma eDriveLab, che si occupa della progettazione di tutta l'elettronica di controllo e di stoccaggio dell'energia».

Per lo sviluppo della tecnologia, Sealence ha lanciato raccolte su Crowdfunder, per un aumento di capitale di 7 milioni di euro.

**Avete chiuso l'operazione?** «Il round lanciato a dicembre 2020 al momento è già chiuso per 5 milioni e opzionato per i restanti 2. Il round doveva scadere a ottobre, abbiamo chiuso con 3 mesi di anticipo». La società per azioni punta anche alla quotazione in Borsa, nel giro di 3 anni, e cerca investitori (investimento minimo 2.820 euro). **INFO:** [www.sealence.it](http://www.sealence.it)





## → L'ESPERTO Riutilizzare è meglio che smaltire

Che cos'è l'economia circolare

**È un'economia pensata per potersi rigenerare da sola.**

La definizione è di Ellen MacArthur, inglese, ex velista, a capo della fondazione che porta il suo nome e che si batte per le questioni ambientali ([www.ellenmacarthurfoundation.org](http://www.ellenmacarthurfoundation.org)).

**Perché è importante**

«L'economia è sempre stata circolare, perché storicamente l'uomo si è trovato di fronte

al problema delle risorse scarse e al doverle gestire efficacemente»

spiega Domenico Sturabotti, direttore di Symbola, fondazione per le qualità italiane ([www.symbola.net](http://www.symbola.net)).

«È stata la rivoluzione industriale a



# 1/ DAL VINO ALLA CREMA ANTI-INVECCHIAMENTO

Dal 2010 studia le proprietà dei polifenoli estratte dalle vinacce. Nel 2015 Giorgio Iviglia, ingegnere biomedico, insieme a 4 soci ha fondato a Portacomaro (At) Poliphenolia ([www.poliphenolia.com](http://www.poliphenolia.com)): creano e producono cosmetici utilizzando i polifenoli estratti dalle bucce e i semi di uva al termine del processo di vinificazione. Ecco il processo circolare.



## → L'ESPERTO

«Siamo i primi produttori al mondo di vino e possediamo enormi quantità della sua materia prima seconda, la vinaccia. Questa impresa valorizza questo scarto agricolo, che altrimenti verrebbe usato solo in minima parte nella produzione di distillati. È un modo per non sprecare» Domenico Sturabotti

introdurre il concetto di linearità: la materia è estratta, trasformata in prodotto, il prodotto diventa rifiuto e il rifiuto viene portato in discarica. Ma il progressivo miglioramento della qualità della vita e il conseguente aumento della domanda di beni ha reso questo modello insostenibile».

## Il primato dell'Italia

«L'Italia è stata pioniera nell'economia circolare. È da sempre un paese povero di materie prime, che si è dovuto ingegnare per recuperare le risorse: ricicliamo la carta a Lucca, i tessuti a Prato, i rottami a Brescia... Oggi, con il 79% di riciclo sulla totalità dei rifiuti, siamo una superpotenza nel campo dell'economia circolare».

## Il prodotto torna a vivere per altri usi

«Circularità non significa necessariamente tornare alla materia originaria. I processi industriali, infatti, nella maggior parte dei casi non possono essere ripercorsi a ritroso, ma è possibile permettere ai materiali che compongono un prodotto di

## 2/ LE SNEAKER OTTENUTE DAGLI SCARTI DELLA FRUTTA

Si sono conosciuti al Micam, la fiera delle calzature di Milano, oggi sono marito e moglie. Giuliana Borzillo, product manager, e Dong Seon Lee, designer, hanno fondato ID.Eight ([www.id-eight.com](http://www.id-eight.com)), azienda che realizza sneaker Made in Italy con scarti di frutta non commestibili (sono vendute online, prezzo da 159 a 179 euro). Perché? Lei cercava una scarpa vegana, lui gliel'ha disegnata.



Il mercato delle sneaker è ricco di competitor, dai colossi internazionali ai marchi nostrani. Stiamo facendo un grande lavoro di comunicazione sui social, soprattutto su Instagram, per costruire un rapporto diretto con i follower. In un anno di attività abbiamo venduto circa 2.000 paia, di cui 300 con il crowdfunding su Kickstarter.

Giuliana Borzillo



### → L'ESPERTO

«Questa sneaker è un esempio di come nell'economia circolare sia importante la capacità di fare rete e stabilire relazioni con i fornitori di materiali sostenibili. A questo punto la domanda è: che fine fa questa scarpa al termine della sua vita?» Domenico Sturabotti

## Riutilizzare è meglio che smaltire

▶▶ avere impieghi successivi. Pensiamo allo pneumatico: per produrlo occorre un processo di vulcanizzazione della gomma, ma non esiste una "devulcanizzazione". Potrà però essere trasformato in campi da gioco e pannelli autoisolanti. In questo modo gli si allunga la vita».

### Cambia la progettazione dei prodotti

«Il designer oggi deve essere un eco-designer: progettare non solo l'oggetto in sé ma la sua vita, pensando all'impatto successivo delle sue parti. Se dovrà rientrare nei cicli produttivi, dovrà mantenere il più possibile integre le proprietà dei materiali di cui è costituito. Un caso esemplare è quello del Frecciarossa 1000: il 20% dei materiali che lo compongono è rappresentato da materie prime riciclate».

### 3/ I PRIMI JEANS *STRETCH* AL MONDO 100% BIODEGRADABILI E COMPOSTABILI

Alberto Candiani ha sostituito l'elastico di derivazione chimica con una fibra naturale, brevettando Coreva, il primo tessuto jeans *stretch* 100% biodegradabile e compostabile ([www.candianidenim.it](http://www.candianidenim.it)).



#### → L'ESPERTO

«Un caso che colpisce l'attenzione del consumatore e lo fa riflettere. Ma non riduce in grande quantità gli sprechi. Il jeans è ancora un capo di abbigliamento molto impattante, anche solo quando lo laviamo in lavatrice. Occorre pensare a riutilizzare i capi e ad allungarne la vita» Domenico Sturabotti

#### Chi vuole fare impresa deve essere circolare

«Oggi l'economia circolare è per le imprese la precondizione per rimanere sul mercato. Tutto sta andando in questa direzione: normative, politiche, filiere. I fondi di investimento finanziano le imprese che si impegnano per la sostenibilità, e queste a loro volta (si pensi al caso di Enel) lavorano con fornitori che a loro volta dovranno essere sostenibili. Il mercato butterà fuori le imprese che non seguiranno questo modello» aggiunge Domenico Sturabotti.

**25 miliardi**  
di capi inutilizzati vengono mandati in discarica o inceneriti ogni anno.

## 4/ DALLE RETI DA PESCA AGLI OCCHIALI

Manfredi Benvenuti, Andrea Galassi e Nicolò Torciero, hanno fondato Radius ([www.seeradius.com](http://www.seeradius.com)): vendono occhiali online grazie a un configuratore che permette di provarli. La loro caratteristica? Essere realizzati artigianalmente e a un prezzo accessibile. L'attenzione alla sostenibilità li ha portati a creare una linea biodegradabile e, per l'estate, una edizione limitata in Econyl (1.000 pezzi, prezzo 98 euro).



### → L'ESPERTO

«Questo esempio porta alla luce un aspetto importante dell'economia circolare: la progettazione del prodotto. Configurare un prodotto pensando alla possibilità di disassemblarlo e riutilizzarne le componenti permette di allungare la vita del materiale utilizzato, evitando ogni spreco» Domenico Sturabotti

## Riutilizzare è meglio che smaltire

### Quali i segmenti su cui puntare

«1. In Italia c'è un enorme spreco di scarti agricoli, che invece potrebbero essere valorizzati, sono una vera e propria miniera di tesori. 2. Servono nuove tecnologie per il reimpiego dei *blend* plastici, filiera meno sviluppata di altre. 3. Infine il segmento delle terre rare, cioè il recupero dei metalli preziosi che sono contenuti nei nostri dispositivi elettronici. Pensiamo solo alle batterie elettriche delle auto. Hanno una durata media di 15 anni: fra qualche anno cominceremo ad avere il problema del loro riutilizzo» conclude Sturabotti.

# FORMAZIONE 4.0

SEI PRONTO PER L'INNOVAZIONE  
TECNOLOGICA E DIGITALE  
DELLA TUA IMPRESA?

OTTIENI UN  
CREDITO D'IMPOSTA  
FORMANDO I TUOI DIPENDENTI.



## IT'S TIME TO MAKE YOUR VISION

 **TIME VISION**  
FORMAZIONE CONSULENZA LAVORO

NAPOLI | ROMA | MILANO | BARI  
[www.timevision.it](http://www.timevision.it) | f | @ | y | in | t | r



# MAKE IN SOUTH

A stylized map of Southern Italy is shown in white against a blue background. The map is divided into regions, each labeled with its name in a handwritten-style font. The labels are: SARDEGNA (top left), ABRUZZO (top center), MOLISE (top right), PUGLIA (right), CAMPANIA (center), BASILICATA (bottom right), CALABRIA (bottom right), and SICILIA (bottom center). The large text 'MAKE IN SOUTH' is overlaid on the map.

Abbiamo fatto un viaggio nel Sud Italia.

Alla ricerca di innovazione. Abbiamo scoperto talento, resilienza, voglia di fare. Ottime università, nuove iniziative private, startup. Potrebbe nascere un nuovo modello di sviluppo e il Next Generation EU è l'opportunità per innescarlo. Rimangono la fuga dei cervelli, pochi capitali di ventura, solo il 25% delle risorse dei fondi strutturali utilizzati. Ma qualcosa si sta muovendo. Ce la farà il Mezzogiorno a cogliere questa opportunità? Noi facciamo il tifo.

# 1.173

## Qui il maggior numero di startup innovative del Mezzogiorno

È la regione del Mezzogiorno con il maggior numero di startup innovative (1.173 nel momento in cui vi scriviamo), la terza in Italia dopo Lombardia e Lazio. Una startup su 5 nel Sud Italia ha sede a Napoli e tante sono le storie di successo. Ma manca l'iniziativa privata e la cultura di fare impresa. A Napoli c'è Digital Magics (con sedi anche a Bari e Palermo). E ha il suo quartier generale Vertis, l'unica società di venture capital di tutto il Sud (vedi intervista a pag. 72).



012factory



Apple Academy



## I settori e le imprese innovative che funzionano

1

### Alimentare e delivery

Alfonsino, <https://alfonsino.delivery>, la startup del food delivery dei piccoli centri, nata nel 2016, che ha sede in uno spazio coworking di Caserta, è in grande crescita con 300 Comuni serviti.



2

**Aeronautica.** Sòphia High Tech, [www.sophiahightech.com](http://www.sophiahightech.com), con sede a Marcianise (Ce), lavora su commesse a elevato contenuto tecnologico nel campo della meccanica ed elettronica.



3

**Marketing digitale.** Buzzoole, <https://buzzoole.com>, nata nel 2013 e specializzata in servizi per l'influencer marketing, è oggi una scaleup con 850 clienti attivi e un fatturato 2019 di 4,5 milioni di euro.

4

**Automotive.** Kineton, [www.kineton.it](http://www.kineton.it), fondata a Napoli nel 2017, sta realizzando una sua microcar elettrica e connessa. Ha 250 dipendenti e quasi 250 milioni di ricavi.

## Pubblico e privato

«La Regione negli ultimi anni si è concentrata principalmente su progetti di open innovation» spiega Antonio Prigiobbo, fondatore di NASTartUp (<https://nastartup.it>), acceleratore civico di startup che si avvale di un network e una community internazionale, promotore di appuntamenti mensili e gratuiti sul territorio. «Ma per creare sviluppo dovrebbe dotarsi di un fondo di venture capital, come è accaduto in Lazio con Lazio Venture, che ha attirato in questo modo anche investitori privati. Nel settore privato c'è poco. Solo due incubatori certificati hanno sede in Campania, Campania New Steel ([www.campanianewsteel.it](http://www.campanianewsteel.it)) e 012factory a Caserta ([www.012factory.it](http://www.012factory.it))». Da segnalare a Napoli l'acceleratore Seedup ([www.seedup.it](http://www.seedup.it)) e a Pontecagnano (Sa) Cibum Lab ([www.inci-bumlab.it](http://www.inci-bumlab.it)), che opera nel foodtech e offre 3 percorsi di accelerazione rispettivamente per startup, piccole imprese e sull'open innovation.



## Le corporate e le loro Academy

«Dopo l'esempio della Apple Academy, aperta nel 2016, altre multinazionali come Cisco, Tim, Deloitte hanno stretto accordi con l'Università Federico II per creare centri di formazione nel campo del digitale e hi-tech. Sono tutte nel campus di San Giovanni a Teduccio (premiato come buona pratica di utilizzo del Fondo europeo di Sviluppo regionale) e ogni anno formano centinaia di persone, offrendo competenze che spesso le università non riescono a fornire» continua Prigiobbo.

«Chi esce da queste Academy non è detto che crei una startup, è più probabile che trovi lavoro in aziende nazionali e internazionali».



MAKE  
IN  
SOUTH!



PUGLIA

## La regione del fermento

Leader nei materiali compositi in fibra di carbonio, nei sistemi intelligenti motoristici, aeronautici e spaziali, la Puglia ha visto il suo Pil crescere ininterrottamente per 5 anni, fino al 2019. I due settori più importanti, aerospaziale e meccanica-meccatronica danno lavoro a circa 60mila persone. L'aeroporto di Grottaglie (Ta) è destinato a diventare il primo spazioporto italiano per i voli suborbitali. La Regione supporta gli imprenditori con risorse e investimenti pubblici.

### Gli investimenti pubblici

Notevole è la presenza di risorse messe a disposizione di imprese e startup. A oggi le agevolazioni erogate ammontano a

**2,2 MILIARDI DI EURO**

e hanno movimentato investimenti totali per 5,5 miliardi. 12 gli strumenti (tutti a sportello e senza scadenza) che la Regione Puglia ha creato, grazie ai fondi strutturali Ue, a favore di chi decide di avviare un'attività di impresa. Qui vi segnaliamo quelli ideati per le imprese innovative:

#### → PIN: per chi ha un'idea

Rivolta a gruppi di almeno due giovani tra i 18 e i 35 anni residenti in Puglia, con un'idea imprenditoriale nel campo dell'innovazione tecnologica, culturale e sociale. Contributo finanziario a fondo perduto tra 10mila e 30mila euro e set di servizi di supporto.

I founder  
di Open Post. →



LA STORIA

## «MANCANO INGEGNERI INFORMATICI E SVILUPPATORI»

**D**ue ingegneri informatici laureati al Politecnico di Bari, Alberto Ardito e Vincenzo Gabriele Parisi, e un UX designer, Angelo Parisi (cugino di Vincenzo), si conoscono da sempre e nel 2015 si uniscono per fondare a Noicattaro (Ba) uno studio di progettazione software. Subito si accorgono che le microimprese sono molto indietro nella digitalizzazione, così cominciano a lavorare a Openpost, strumento che le aiuta a vendere i loro beni e servizi anche in assenza di un e-commerce.

**Come funziona Openpost?** «L'impresa si abbona (60 euro al mese) e ha a disposizione due tipi di servizi. Il primo è un catalogo di contenuti pronti

#### → TecnoNidi: per le startup tecnologiche

Pacchetto di aiuti per l'avvio o sviluppo di startup tecnologiche mediante un prestito rimborsabile e una sovvenzione, sia per investimenti sia per le spese di gestione. Agevola piani di investimento a contenuto tecnologico compresi tra 25mila e 250mila euro.

#### → PIA (Programmi integrati di agevolazione): per le piccole imprese

Obiettivo: favorire gli investimenti in ricerca e innovazione da parte delle piccole e medie imprese (realizzazione di nuove unità produttive, ampliamento di quelle esistenti, diversificazione di prodotti e processi). Agevolano investimenti tra 1 e 20 milioni di euro.

INFO: [www.pugliasviluppo.eu](http://www.pugliasviluppo.eu)

→ SPAZIO SPIN All'interno di Impact Hub Bari, supporta l'accesso a bandi nazionali ed europei tramite la ricerca delle opportunità di finanziamento e la formulazione di progetti innovativi.

che può spedire alla sua rubrica di contatti tramite messaggi interattivi. Per esempio, un ristorante può inviare il menu del giorno prendendo un *template* già pronto e vi carica testi e foto. O un negozio di scarpe apre l'App, sceglie un contenuto di vendita simile, sostituisce la foto e condivide attraverso social, WhatsApp o sms. Il secondo servizio è un vero e proprio sito di e-commerce già pronto».

**Come avete iniziato?** «Ci siamo candidati per l'iniziativa PIN della Regione Puglia, ottenendo 30mila euro a fondo perduto che ci sono serviti per avviare la società, pagare i cookie e la scrittura del contratto. Per costruire Openpost ci sono voluti 3 anni, per sostenerci progettavamo software *custom made*. Poi un incontro: dopo aver realizzato un'App per un nostro cliente italiano che vive negli Stati Uniti, lui ha deciso di investire su di noi e ha aperto oltreoceano Openpost Llc. In questo modo abbiamo conquistato clienti anche in Usa e Regno Unito».

**Fare una startup in Puglia è più difficile?** «Noi non abbiamo un mercato del Sud Italia, vendiamo ovunque. Se ti rivolgi a un grande mercato, la puoi fare anche da Noicattaro, basta una connessione Internet e un computer».

**Risultati?** «Pensiamo di raggiungere 300mila euro di fatturato quest'anno, l'anno prossimo 500mila. Siamo alla continua ricerca di ingegneri informatici. In Puglia si fa molta fatica, non si trovano né ingegneri informatici né tecnici sviluppatori». **INFO:** [www.openpost.it](http://www.openpost.it)



## \* REALTÀ AUMENTATA

Un chirurgo può consultare un referto senza lasciare il bisturi. Un tecnico può farsi guidare da un collega esperto collegato a distanza per una riparazione complessa. Questo grazie al software Optip, che utilizza la realtà aumentata consentendo di potenziare la propria vista integrandola con ologrammi utili allo svolgimento di una mansione. Per questa innovazione la startup pugliese Predict ([www.predictcare.it](http://www.predictcare.it)) si è classificata tra le prime 20 alla Dubai Future Foundation Competition e tra le prime 35 del Gitex Future, il più grande evento per startup nell'area Medio Oriente, Sud Asia e Nord Africa.



# ABRUZZO + MOLISE + BASILICATA



## Manca un ecosistema, occorre creare partnership con soggetti esterni alla regione

In termini di Pil La Val di Sangro (Ch) è **LA PIÙ GRANDE AREA INDUSTRIALE DI TUTTO IL CENTRO-SUD, CON UN FATTURATO DI CIRCA 5 MILIARDI DI EURO**. Qui hanno sede la Sevel (gruppo FCA), che produce i furgoni Ducato, la Honda Italia, che produce le parti del motore delle moto Honda. E la Valagro, azienda biochimica nel campo dei biostimolanti. In Basilicata lo stabilimento Stellantis produce le Jeep Renegade.

«Nei nostri spazi ospitiamo startup, Pmi innovative e spinoff universitari» ci ha spiegato Federico Fioriti, managing director di Innovalley ([www.inno-valley.it](http://www.inno-valley.it)), hub privato che favorisce lo sviluppo di progetti tra imprese del territorio, sistema universitario e startup.



«In partnership con Polihub organizziamo la Start Cup Abruzzo, con aziende del territorio proponiamo altre *call* mirate (la prossima sarà con Honda a novembre). Infine percorsi incubazione e di accelerazione con Invitalia e corsi di formazione con H-Farm. In Abruzzo non esiste un ecosistema dell'innovazione e la collaborazione con soggetti esterni alla regione è fondamentale». Oltre alle 3 università (Teramo, L'Aquila e Chieti-Pescara), l'Abruzzo ospita il Gran Sasso Science Institute ([www.gssi.it](http://www.gssi.it)), scuola superiore universitaria. «Tra le startup che la regione ha prodotto: Gun Powder ([www.gunpowder.eu](http://www.gunpowder.eu)), che lavora su intelligenza artificiale e big data. Apio ([www.apio.cc](http://www.apio.cc)), soluzioni Iot per le imprese. E Farm4Trade ([www.farm4trade.com](http://www.farm4trade.com)) soluzioni di intelligenza artificiale legata alla veterinaria».

**E in Molise?** C'è un centro di ricerche centro di rilevanza nazionale nel campo delle neuroscienze ([www.neuromed.it](http://www.neuromed.it)). Mentre a **Matera, in Basilicata**, sono partiti i lavori per la Casa delle tecnologie emergenti, un progetto del Ministero dello Sviluppo economico che mira a creare dei veri e propri hub dell'innovazione a beneficio di startup, sviluppatori e imprese innovative.



MAKE  
IN  
SOUTH!

CALABRIA



Università della Calabria e NTT Data.



## Il futuro hub dell'innovazione per il Mediterraneo

Due distretti tecnologici in corso di formazione. Uno digitale, sviluppatosi intorno all'università della Calabria e alla NTT Data, l'altro specializzato in scienze della vita, che ruota attorno all'università Magna Grecia di Catanzaro, con il polo tecnologico Biotecnomed.

Un discreto potenziale di startup e policy di aiuto. Ma, dall'altro lato, un sistema produttivo decisamente debole e dai mali atavici. La Calabria vorrebbe candidarsi come hub dell'innovazione per il Mediterraneo. Ci riuscirà se saprà valorizzare i suoi punti di forza.

### 1/ L'Università della Calabria

Sapevate che NTT Data, la multinazionale giapponese di system integration, nel 2011 ha aperto a Rende, frazione di Cosenza, uno dei suoi centri di ricerca e sviluppo, dopo quello di Tokyo e di Palo Alto in California? Qui vi lavorano 240 persone, quasi tutti laureati dell'Unical ([www.unical.it](http://www.unical.it)), l'Università della Calabria, che si trova a poca distanza, una delle più all'avanguardia del Sud Italia, che vanta diversi programmi nel campo dell'innovazione e del sostegno alle nuove iniziative imprenditoriali.

→ **Un Contamination Lab**, percorso per studenti e neolaureati di tutte le discipline volto a promuovere l'attitudine imprenditoriale.

→ **L'incubatore di spin off e startup innovative "Tech Nest"** (attualmente ne ospita 12), che offre un sostegno alle idee imprenditoriali nate all'interno della ricerca universitaria.

→ **La Start Cup Calabria** ([www.startcupcalabria.it](http://www.startcupcalabria.it)), una competizione tra le idee più innovative promosse dai ricercatori delle 3 università calabresi (Università della Calabria, Magna Grecia di Catanzaro e Mediterranea di Reggio Calabria).

### 2/ L'ambizioso progetto dell'Harmonic Innovation Hub



A Catanzaro troviamo il Gruppo Entopan (<https://entopan.com>), fondato dall'imprenditore Francesco Cicone, di cui fa parte Entopan Innovation, incubatore e acceleratore privato certificato, partner di Invitalia e del Fondo Nazionale Innovazione. Entopan ha recentemente presentato il

progetto di Harmonic Innovation Hub, un campus di 20mila mq che si svilupperà a Catanzaro, destinato a ospitare 50 grandi corporate, 100 tra startup, spinoff universitari e Pmi e centinaia talenti dell'innovazione. Obiettivo: diventare un catalizzatore di innovazione per tutto il bacino del Mediterraneo. L'avvio dei lavori è previsto per fine 2021, l'apertura per il primo semestre 2023.

### 3/ I fondi pubblici gestiti da Fincalabra

E nel pubblico? Fincalabra è la società della Regione Calabria che gestisce i fondi strutturali del Por, trasformandoli in strumenti di finanziamento e aiuti per imprese e startup. «Dal 2014 a oggi abbiamo lanciato 3 call di Talent Lab (<http://talentlab.calabriadinnova.it>), un programma di preaccelerazione rivolto a chi ha un'idea innovativa: un percorso di formazione sui temi legati alla gestione aziendale, focalizzazione delle aree strategiche e assistenza alla redazione di piani di sviluppo aziendale» spiega il presidente di Fincalabra, Alessandro Zanfino. «A fine percorso i team si costituiscono in startup innovative e ricevono un grant fino a 200mila euro».



Tra le circa 90 nuove imprese create da questo programma, Gipstech ([www.gipstech.com](http://www.gipstech.com)), che ha elaborato una tecnologia per la localizzazione indoor, Revelis ([www.revelis.eu](http://www.revelis.eu)) che realizza soluzioni di intelligenza artificiale, Net4Science ([www.net4science.com](http://www.net4science.com)) settore pharma biotech, e OvAge ([www.ovage.com](http://www.ovage.com)), che ha costruito un modello per il calcolo predittivo dell'età ovarica.

## Sardegna terra di startup

→ Qui è nato il team di sviluppo di **MoneyFarm**, fintech che oggi ha base a Milano, ma ha aperto un ufficio a Cagliari. Ha una base a Cagliari anche **MutuiOnline**, sito di comparazione di mutui.



→ **Sardex** ([www.sardexpay.net](http://www.sardexpay.net)), dall'idea di 4 amici appassionati di economia che intendono trovare una soluzione al problema della crisi di liquidità.

→ **Entando** ([www.entando.com](http://www.entando.com)), realizza soluzioni tecnologiche open source per pubbliche amministrazioni nazionali e aziende in tutto il mondo.

→ **Datrix** (<https://datrix.it>), sviluppa soluzioni di Augmented Analytics e Machine Learning per il marketing.

→ **Dove Conviene**, fondata da Alessandro Palmieri e Stefano Portu, poi diventata **Shopfully**, che sviluppa soluzioni digitali per generare traffico nei negozi fisici e ha un team di 200 collaboratori.

## Uno di quei luoghi dove le cose accadono

È uno dei pochi posti in Italia dove nel campo del digitale e di Internet le cose accadono. E questo grazie a una combinazione di fattori pianificati e fortuna. La Sardegna conta appena 1,5 milioni di abitanti (di cui 1/3 circa vive nell'area di Cagliari). Eppure storicamente si è sviluppato un substrato imprenditoriale molto interessante.

### I due imprenditori visionari

**Siamo agli inizi degli anni '80:** la giunta regionale sarda parte per il Cern di Ginevra alla ricerca di un nuovo modello di sviluppo per il suo territorio. Al ritorno ha in tasca l'idea di costruire, insieme a Ibm, il Crs4, un Centro di ricerca, sviluppo e studi superiori in Sardegna, ([www.crs4.it](http://www.crs4.it)) che nascerà nel 1990 e diventerà **uno dei più grandi centri di supercalcolo in Europa**.

**Inizio anni '90:** il responsabile informatico del quotidiano locale, *l'Unione Sarda*, intraprende all'insaputa dell'editore **Niki Grauso**, un progetto per trasformare gli articoli in Word in pagine Web, e così *l'Unione Sarda* diventa il secondo quotidiano al mondo ad avere un'edizione online, dopo il *Washington Post*. «Da questi due episodi si è sviluppato un processo a cascata» ci



ha raccontato **Mario Mariani**, ex Ad di Tiscali, fondatore dell'acceleratore **The Net Value** ([www.thenetvalue.com](http://www.thenetvalue.com)) e testimone di quel periodo. «Grauso era un illuminato: capisce l'importanza di Internet, vende il suo patrimonio e crea Video On Line, servizio di accesso a Internet con un portale di contenuti e servizi digitali. Sarà acquistato da Telecom, originando Tin.it». Intanto un altro

imprenditore, **Renato Soru**, che al tempo lavorava nel campo immobiliare in Repubblica Ceca, vede la tecnologia di VOL, la compra e la porta lì, dove diventerà il più importante Internet service provider. Poi vende la sua startup, torna in Sardegna e

**fonda Tiscali.it, uno dei primi operatori Internet** mentre in Europa si sta liberalizzando il mercato delle comunicazioni. «Fui chiamato da Soru insieme ad altre due persone per fondare Tiscali» continua Mariani. «Un'esperienza meravigliosa, eravamo 1.200 persone, con sviluppatori e professionisti che dalla Silicon Valley si trasferivano a Cagliari. Tutto ha avuto inizio da quel primo investimento della Regione, e in particolare di un ente che si chiamava Consorzio 21 e oggi è **Sardegna Ricerche** ([www.sardegna ricerche.it](http://www.sardegna ricerche.it)), tuttora importante, perché investe 300-350 milioni di euro ogni 4 anni in ricerca e sviluppo a favore di centri ricerca, università e imprese».



### Altri indirizzi utili

→ **Fondazione Sardegna:** ha investito in fondi di venture capital e ha creato il programma Innois ([www.innois.it](http://www.innois.it)).  
→ **Open Campus:** spazio

di coworking, scuola di formazione e agenzia di eventi ([www.opencampus.it](http://www.opencampus.it)).  
→ **Hubinsula** (<https://hubinsula.com>), coworking nel centro di Cagliari.

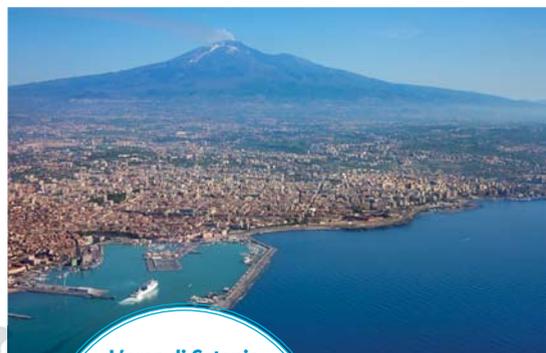
→ **Contamination Lab** dell'università di Cagliari: <https://clabunica.it>  
→ **Bioincubatore-POLARIS:** una "fabbrica" di nuove iniziative imprenditoriali

nell'ambito della biomedicina e delle tecnologie della salute, all'interno del parco scientifico e tecnologico della Sardegna ([www.sardegna ricerche.it](http://www.sardegna ricerche.it)).

MAKE  
IN  
SOUTH!

SICILIA

Attore storico dell'ecosistema palermitano è il **consorzio Arca** ([www.consorzioarca.it](http://www.consorzioarca.it)), incubatore che si trova all'interno del campus universitario di Palermo. A oggi conta più di 40 nuove imprese, tra cui numerosi spin-off dell'Università di Palermo e un tasso di sopravvivenza del 90%.



L'area di Catania è stata ribattezzata **Etna Valley**. Qui si concentra il **40%** delle startup siciliane.

## Voglia di creare aggregazione digitale

Se c'è un settore che è diventato decisivo in Sicilia, è il commercio online. Pensiamo solo a Martha's Cottage, l'e-commerce dei matrimoni nato a Siracusa. O a Komoosee, che vende online (ma anche in pop-up store) prodotti tipici. O anche Apieceofsicily.com, Siciltop.it e Insicilia.com. C'è chi poi ha affiancato l'e-commerce ad attività già esistenti offline. Come Scalia Group che era una catena di pelletterie. E Giglio.com, figlia di una merceria aperta negli anni Sessanta, e che sono entrate nella *FT1000 2019 Europe's Fastest Growing Companies*, la classifica del *Financial Times* che include le 1.000 società del continente che crescono di più. Il messaggio che ci arriva è quello di creare aggregazione.



«Elena Militello, palermitana, 28 anni fondatrice insieme a 20 professionisti dell'associazione South Working-Lavorare dal Sud ([www.southworking.org](http://www.southworking.org)) ne ha fatto una mappatura, disponibile su Google Maps.

«Questo dato, unito al boom delle immatricolazioni di quest'anno degli studenti nelle università siciliane, mi ha spinto a concepire, tra il primo e il secondo *lockdown*, un progetto che ha lo scopo di trattenere in Sicilia il patrimonio di competenze che abbiamo» spiega Antonio Perdichizzi, Ceo di Tree, pmi innovativa sui temi dell'open innovation, presidente di Junior Achievement Italia, organizzazione dedicata all'educazione economico-imprenditoriale nella scuola. Il 21 giugno scorso a Catania ha inaugurato Isola (<https://isola.catania.it>): **acceleratore, polo formativo, luogo di sperimentazione per il futuro del lavoro.**

Ha sede a Palazzo Biscari, un bellissimo palazzo barocco nel centro della città. «Abbiamo realizzato 60 postazioni di lavoro pensate proprio per il South working, spazi per formazione ed



## L'hub di Catania

Sono circa **100MILA** le persone che, grazie allo smart working, sono rientrate al Sud in periodo di pandemia. Tutti lavoratori dipendenti di grandi imprese del Centro-Nord. È quanto emerge da un'indagine condotta da Datamining per Svimez, l'Associazione per lo sviluppo dell'industria nel Mezzogiorno.



## LA STORIA

# «VOGLIAMO ATTIRARE E TRATTENERE I MIGLIORI TALENTI DIGITALI»

«**C**rediamo che la Sicilia possa diventare un polo di attrazione per aziende, professionisti e studenti

da tutto il mondo e cambiare per sempre la percezione che si ha della nostra terra». Marco Imperato e Daniele Rotolo lavoravano in Mosaicoon, l'azienda siciliana che produceva e distribuiva video online grazie a una tecnologia proprietaria (fondata da Ugo Parodi Giusino, ndr), e che nel 2018 ha chiuso. «Abbiamo vissuto il tentativo di salvataggio e la decisione della chiusura, e ci siamo chiesti: "Cosa facciamo adesso?"» spiega Daniele. «Marco era propenso ad andare via dalla Sicilia, io che ero tornato a Palermo proprio per lavorare a Mosaicoon, volevo rimanerci. Ci dispiaceva che il sogno di Ugo di fare qualcosa per il nostro territorio si fosse infranto. Così abbiamo deciso di rimanere per creare un impatto, non solo su Palermo ma su tutta la Sicilia. Per farlo, il primo passo era creare competenze. A marzo 2020 Marco e Daniele fondano Edgemony (<https://edgemony.com>). «In Italia nei prossimi 4 anni mancheranno 300mila figure professionali nel digitale» interviene Marco. «Crediamo che possano essere formate tramite i nostri Coding Bootcamp e da qui possano

poi lavorare per aziende di tutto il mondo (uno dei prossimi a partire sarà Coding Women Sicily, dedicato alle donne e che erogherà 12 borse di studio, scadenza candidature 15 settembre, ndr). In Sicilia la qualità della vita è molto alta, ci sono ottime università. E tanta disoccupazione, che si traduce in fame di successi e voglia di fare».

Ma l'obiettivo è ancora più ambizioso, di creare in Sicilia team di lavoro, formati da non siciliani che vogliono trasferirsi nell'isola. «Abbiamo dato vita a un master in digital marketing (alla sua 3ª edizione) e il primo master in Product management in Italia (costi: 2.000-3.000 euro). La risposta è stata ottima. Le aziende richiedono le persone che stiamo formando, tanto che i nostri corsi sono saliti a 6. Stiamo assistendo a cambiamenti importanti. Se fino a 3 anni fa era difficile incontrare in Sicilia qualcuno che facesse startup, oggi molto si muove, ma non c'è informazione. Spesso non sappiamo neanche che esistono altre startup come la nostra. Manca un luogo fisico di aggregazione. E lo vogliamo creare noi».

eventi, sale meeting. L'idea è di mettere insieme una community di talenti, startup e aziende, che collaborino per creare impatti positivi. Tutti i servizi saranno gratuiti» racconta Perdichizzi. «Al suo interno, tree school (<https://tree.it/school>), un progetto nato per formare 1.000 sviluppatori, supportato da aziende come Manpower, Unicredit, Amazon».

**Nell'area di Catania, ribattezzata Etna Valley, è presente una grande azienda come la ST Microelectronics (componenti elettronici a semiconduttore), che trattiene e assume talenti locali.** Uno degli Enel Innovation Hub, dedicato a startup e pmi specializzate in energie rinnovabili. E una delle sedi di Leonardo, azienda di



aerospazio e difesa. Ma è anche concentrato il 40% delle startup siciliane. «Molto è dovuto ai collegamenti diretti dell'aeroporto di Catania, che è il quarto in Italia per traffico. E alla presenza della banda ultralarga, che raggiunge anche le zone più interne» conclude Perdichizzi.



## L'INTERVISTA

Amedeo Giurazza, Ceo di Vertis Sgr

# «Bisogna avere il coraggio di investire»

**C'è un'unica società attiva sul fronte del private equity e venture capital in tutto il Sud Italia.**



Si tratta di Vertis ([www.vertis.it](http://www.vertis.it)) ed è una Sgr con quartier generale a Napoli (ha sede anche a Milano). Opera attraverso 6 fondi chiusi, 2 di private equity e 4 di venture capital. A crearla, nel 2007, Amedeo Giurazza, lunga esperienza nel campo della finanza prima come agente di cambio, poi come fondatore di una Sim,

e infine della società di corporate finance Vertis. «I primi due fondi, nati tra il 2008 e il 2009, erano destinati esclusivamente a investimenti in imprese del Sud Italia. Quattro anni fa, con il fondo Vertis Venture 2 Scaleup, il nostro perimetro di attività è diventato nazionale e investiamo in imprese innovative in tutta Italia. 57 gli investimenti a oggi, di cui 32 nel Sud Italia» ci ha raccontato.

**Perché una sola società di venture capital con sede al Sud?**

«C'è poco coraggio. Ma io credo nel mondo della finanza al Sud e il tempo mi ha dato ragione: il Sud sta crescendo, le opportunità ci sono. C'è innovazione, tante aziende interessanti e tante startup. C'è voglia di intraprendere,

**perché i giovani si sono resi conto che al Sud è più facile creare un'azienda che trovare un posto di lavoro.** Ma senza capitali non si va da nessuna parte».

**Quanti investimenti avete fatto al Sud?**

«Abbiamo investito a oggi più di 100 milioni di euro, di questi, il 70% in imprese del Mezzogiorno. Con l'eccezione del Molise, abbiamo toccato tutte le regioni: 9 operazioni in Sardegna, 11 in Campania, 3 in Puglia, 1 in Basilicata, 3 in



Sicilia. La cosa ancor più interessante è che per ogni euro investito siamo riusciti ad attirare un altro euro da altri investitori: altri fondi di investimento, business angel e corporate».

**Ritorni sugli investimenti?**

«Uno su tutti, la bellissima storia di AutoXY, il primo motore di ricerca di auto usate, creato da un gruppo di ragazzi di Lecce nel 2012 proprio grazie ai nostri capitali e che proprio qualche settimana fa ha fatto un'exit con il gruppo editoriale Gedi (proprietario di *la Repubblica*). Abbiamo quadruplicato i capitali investiti, ma soprattutto abbiamo agito anche sul tessuto sociale: gli imprenditori rimarranno come manager della loro azienda. Ma oltre alle startup, ci sono aziende che sono veri e propri gioielli».



**Un esempio?** «Selematic, di Eboli (Sa), che produce macchinari per l'imballaggio secondario, il cosiddetto "fine linea", nella fattispecie i bracci robotici che mettono i prodotti confezionati nei cartoni. Realizza un fatturato annuo di 12 milioni di euro, un Ebitda di più di 3 milioni di euro e ben 4 milioni in cassa. Ma il vero punto di forza della società sono i 50 dipendenti, tutti con grande esperienza e competenza».

**Come scegliete le aziende in cui investire?**

«Guardiamo l'innovazione tecnologica, non solo digitale ma anche industriale, di processo, di prodotto. Gran parte dello scouting lo facciamo con la rete di relazioni che abbiamo: associazioni industriali, commercialisti, advisor. Investiamo in aziende che hanno già 3-4 anni di vita

# LE MISURE PER IL SUD



## 1/ INVITALIA

→ **Resto al Sud** Misura ideata per favorire e sostenere la nascita di nuove realtà imprenditoriali nelle regioni del Mezzogiorno. Rivolta a imprenditori di età compresa tra i 18 e i 55 anni residenti in Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia (o in uno dei Comuni colpiti dal sisma nel 2016 e nel 2017 in Lazio, Marche e Umbria), consiste in un finanziamento massimo di 60mila euro sulle spese ammissibili presentate, di cui il 50% come contributo a fondo perduto e 50% sotto forma di finanziamento bancario garantito dal Fondo di Garanzia

e fatturano almeno 2-3 milioni di euro, quindi con un prodotto o servizio già validato dal mercato. Il nostro investimento minimo è di 2 milioni di euro».

**E chi invece ha un prodotto nuovo a chi deve rivolgersi?** Incubatori e business angel. Al Sud non sono moltissimi, ma ne esistono diversi. Anche CDP Venture Capital sta investendo nelle startup al Sud con un fondo specifico (*il Fondo Italia Venture II*, ndr). Come Vertis investiamo in fase *seed*, ma solo per progetti nati all'interno di università e centri di ricerca con il nostro fondo *Venture 3 Technology Transfer*. INFO: [www.vertis.it](http://www.vertis.it)

per le Pmi. Iniziative finanziabili: 1. Produzione di beni nei settori industria, artigianato, trasformazione dei prodotti agricoli, pesca e acquacoltura. 2. Fornitura di servizi alle imprese e alle persone. 3. Settore turistico. 4. Attività libero-professionali (in forma individuale e societaria).

→ **Cultura Crea 2.0** Sostiene la nascita e la crescita di imprese e iniziative non profit nel settore turistico-culturale. I finanziamenti sono attivi nelle regioni Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia.

→ **Cresci al Sud** Fondo che acquisisce partecipazioni, prevalentemente di minoranza, nel capitale di rischio delle piccole e medie imprese aventi sede legale e operativa nelle 8 regioni del Mezzogiorno: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia.

## 2/ IL FONDO DI VENTURE CAPITAL DI CDP

Della cifra stanziata da CDP per investire in startup e imprese innovative in Italia, 150 milioni di euro sono destinati al Sud tramite il Fondo Italia Venture II, o Fondo Imprese Sud, che ha l'obiettivo di accelerare la competitività e lo sviluppo di startup e Pmi innovative nel Mezzogiorno. CDP investe come socio di minoranza, in tutte le fasi del ciclo di vita di un'impresa (sia *seed* che *growth*), preferibilmente in co-investimento con soggetti privati indipendenti

## 3/ GLI ECOSISTEMI DELL'INNOVAZIONE

Per contribuire all'avanzamento tecnologico e allo sviluppo socio-economico delle regioni del Mezzogiorno, la Legge di Bilancio 2021 promuove la costituzione di ecosistemi dell'innovazione, attraverso la riqualificazione o la creazione di infrastrutture materiali e immateriali per lo svolgimento di attività di formazione, ricerca multidisciplinare e creazione di impresa. Le attività sono da realizzare con la collaborazione di università, enti di ricerca, imprese, pubbliche amministrazioni e organizzazioni del Terzo settore. Per la nascita di questi ecosistemi, al Miur saranno assegnati, a valere sul Fondo Sviluppo e Coesione per il ciclo di programmazione 2021-2027, 50 milioni di euro per ciascuno degli anni 2021, 2022 e 2023.

Dei circa 200 miliardi di euro destinati all'Italia dal Next Generation Eu (Piano nazionale di ripresa e resilienza), oltre **80 MILIARDI** andranno al Mezzogiorno.



# Mamma, mi si sono dimezzati i bitcoin

**Che cosa ne pensi del bitcoin?  
Negli ultimi anni mi sono sempre più  
spesso sentito rivolgere questa domanda.  
Da gente di ogni tipo**



Ciclicamente nel mondo degli investimenti parte una fase di rialzo quasi a razzo di un mercato, di un comparto, di un asset.

Questo attira frotte di investitori che vogliono partecipare al movimento perché anche loro vogliono "arricchirsi". Qualcuno ci riesce, ma la maggior parte ne resta travolta. Alcuni per un po' di anni spariscono dal mercato e per le perdite subite incolpano tutto e tutti. Dai "poteri forti" alle congiure, arrivando alla conclusione che i mercati finanziari sono solo una fregatura. Altri fanno tesoro della lezione e si mettono a studiare e dalla batosta ne traggono utili insegnamenti.

D'altra parte anche nel mondo degli investimenti nessuno "nasce imparato" e anche i più grandi investitori vi racconteranno sberle sonore "formative" che hanno ricevuto.

John Bogle, il fondatore di Vanguard e papà degli ETF diceva: "Impara ogni giorno, ma soprattutto dalle esperienze degli altri. È più economico". Ma pochissimi vogliono stare ad ascoltare gli altri quando si parla di soldi, business e Borsa.

«Non c'è niente come perdere tutto quello che hai per insegnarti cosa non devi fare. E quando sai cosa non devi fare per non perdere soldi, allora cominci a imparare cosa devi fare per guadagnare. Hai capito? Stai cominciando a imparare»



← diceva Jesse Livermore, uno dei più grandi e famosi speculatori del primo Novecento.

## La batosta di maggio

Secondo *Bloomberg* fra 19 e 20 maggio 2021, 775.000 trader retail operanti a leva sulle cripto hanno visto chiudersi i propri account per *margin call* non soddisfatto: avevano acquistato a leva, indebitandosi e con la discesa hanno perso tutto.

Il prezzo dei bitcoin è diminuito di circa il 37% e sceso del 43% rispetto al picco di metà aprile di 64.829 dollari. È vero che il Bitcoin rispetto al prezzo di qualche anno fa è ancora in super attivo, ma come spesso accade sui mercati finanziari a rimetterci sono stati gli ultimi arrivati che avevano comprato o negli ultimi mesi e sono andati ora in molti casi in rosso.



Guru profeti della modernità, come **Elon Musk** o il rapper **Snoop Dogg**, ne accumulano a tonnellate prima di consigliare ai "credenti" di fare altrettanto. Alcune banche opportuniste si butano nel gioco per consentire di speculare in entrambe le direzioni con derivati. Vero delirio al quadrato. E fingono di dare un sigillo di serietà alla cosa, ma il reale motivo è guadagnare grasse commissioni e non perdersi un mercato che sta attirando un pubblico perfetto a cui rifilare un giorno di tutto.

## Il bitcoin e le criptovalute sono un asset su cui investire?

Ho incontrato in questi anni persone molto preparate che avevano chiari rischi e opportunità di questi asset, eppure la maggior parte era a digiuno anche delle nozioni finanziarie più elementari. E a queste persone ho sempre sconsigliato di avventurarsi in questo campo come anche la mia professione di consulente finanziario indipendente (iscritto a un Albo e non abusivo o millantatore come purtroppo in Italia avviene nella maggior parte dei casi) mi impone. Sarebbe come consigliare di affrontare una prova di KL, ovvero km lanciato a qualcuno che a stento ha mai messo degli sci ai piedi. Una specialità sciistica che consiste nello scendere da un pendio in forte inclinazione per cercare di raggiungere la massima velocità.

A far scendere le cripto, da un lato alcuni tweet del solito Elon Musk. Dall'altro il "ban" arrivato dalla Cina che ha lanciato un monito contro le criptovalute, invitando i suoi cittadini a starne alla larga e sta attivamente sostenendo la sua criptovaluta: il renminbi o yuan digitale. La Cina proibirà alle istituzioni finanziarie di offrire servizi legati alle criptovalute e rafforzerà le normative sul *mining* e sullo scambio di bitcoin. E ha invitato chi opera nella finanza del Paese a non effettuare operazioni con altre criptovalute, inclusi il trading e la conversione di valute fiat in monete digitali. **Controllare la valuta è vitale per uno Stato.** Molti governi non rinunceranno al signoraggio, cioè al profitto derivante dalla creazione di moneta. Anche perché cercano di limitare l'influenza del mercato delle criptovalute. Questo è diventato chiaro grazie al governo cinese, che è

già avanti nello sviluppo di una valuta digitale statale e sta ora agendo contro altre transazioni crittografiche.

L'Agenzia delle Entrate Usa ha pubblicato un documento in cui chiede di dichiarare le transazioni sopra i 10mila dollari, e avvertendo: "Le criptomonete favoriscono le attività illegali e l'evasione fiscale". La goccia che ha fatto traboccare il vaso è ciò che è successo a maggio alla Colonial Pipeline, uno dei più importanti oleodotti Usa, che ha dovuto autorizzare il pagamento di un riscatto di 4,4 milioni di dollari per riprendere le attività, bloccate a causa dell'attacco compiuto. Il 7 maggio 2021, il governatore della Banca d'Inghilterra Andrew Bailey ha avvertito: le criptovalute "Non hanno valore intrinseco". Ha aggiunto: "Lo dirò di nuovo in modo schietto: comprali solo se sei pronto a perdere tutti i tuoi soldi".

Ci sono opportunità nel mondo cripto, ma mi fanno più paura i rischi per gli investitori. Faccio fatica a considerare valuta qualcosa che non usa quasi nessuno come tale poiché, sono cattivi mezzi di pagamento per le procedure complicate, i costi di transazione, la lentezza del processo e il fatto che non comprerei mai con una valuta qualcosa che il giorno della consegna potrebbe variare del 50% rispetto al prezzo che avevo in testa.

## Partire dalle basi

Bisognerebbe partire dalle basi prima di tuffarsi dal dirupo, avendo come criterio di "investimento" quello di comprare qualcosa con l'unico obiettivo di rivenderlo a un prezzo più alto. Bitcoin & C. rimangono un affascinante oggetto speculativo che vive nella speranza che le criptovalute un giorno sostituiranno il sistema monetario. Ma i governi venderanno cara la pelle. E molti ne pagheranno il conto. Spero di sbagliarmi. **///m**



**\* IL NOSTRO ESPERTO** Salvatore Gaziano, direttore investimenti e co-fondatore di SoldiExpert SCF fra le società pioniere in Italia nella consulenza finanziaria indipendente con oltre 20 anni di vita. Da metà degli anni '80 ha iniziato a lavorare in questo settore e a fare esperienze significative, prima come analista finanziario e giornalista economico per poi dedicarsi alla consulenza patrimoniale con i primi siti web in Italia dedicati. È stato anche direttore editoriale di *Millionaire*, oltre che firma e contributor di numerosi siti, canali streaming e giornali finanziari e autore di numerosi libri ed e-book dedicati all'investire bene e contro le trappole finanziarie. Su LetteraSettimanale.it ogni settimana commenta cosa accade e cosa guardare sui mercati finanziari.

# Come preparare un lancio di successo

5 regole da rispettare per fare centro con un nuovo prodotto

**S**e da un lato le tecnologie digitali hanno consentito a molte startup di lanciare nuovi prodotti e servizi in modo rapido ed economico, dall'altro hanno alzato notevolmente la quantità di comunicazione online, rendendo di fatto molto complesso emergere con un nuovo prodotto. Ci sono, tuttavia, alcune regole che se seguite possono essere di grande aiuto.

## 1/ Coinvolgi tutto il team

Lavorare in modo coordinato tra tutti i membri della squadra (esperti di social media, sviluppatori, commerciali e designer) è l'aspetto più importante per il successo di un nuovo lancio. Questa collaborazione **accelera notevolmente il processo e porta a una contaminazione di idee** e competenze, fondamentale per la riuscita di ogni iniziativa.

## 2/ Lavora alla strategia e al business plan

Questo potrebbe sembrare scontato, ma spesso viene sottovalutato per impreparazione o altro. E può costare caro. La strategia deve articolare ciò che l'azienda vuole ottenere con il nuovo prodotto, inclusi i clienti a cui rivolgersi, le attività e le risorse chiave e le decisioni cruciali da prendere. Fondamentale in questa fase è **lavorare al business plan**, per definire la propria offerta, i clienti target, la concorrenza, le potenzialità di sviluppo. Parte integrante del business plan è il **piano finanziario**, vale a dire la previsione nel medio periodo di costi e ricavi legati al nuovo prodotto.

## 3/ Conosci il tuo mercato di riferimento

A volte, l'obiettivo del business non è ciò che si pensa in prima istanza. **È importante dedicare tempo a fare ricerche di mercato** per capire se il cliente tipo è quello che si immagina, se il prezzo è giusto o meno e se il bisogno di mercato che si vuole soddisfare sia concreto e reale. È importante parlare e mostrare l'idea o il prodotto a più persone possibile, prima di lanciarlo, per ricevere feedback e migliorarlo.



## 4/ Scopri dove si trovano i tuoi clienti e interagisci

Avere una buona comprensione del proprio target e di dov'è più propenso a interagire dovrebbe essere in cima alla lista di controllo pre-lancio. Le persone, generalmente, si soffermano su messaggi non orientati puramente alla vendita, ma che trasmettano dei contenuti con un significato più ampio e profondo. Ciò che è importante è **mostrare al pubblico il motivo per cui si sta lanciando un nuovo prodotto o servizio**, che vada oltre il semplice desiderio di fare business.

## 5/ Parla del tuo prodotto, molto

Se si pensa di parlare troppo del proprio prodotto, non è così. Ci sono molte informazioni oggi su tutte le piattaforme online e questo rende più complesso raggiungere il livello di attenzione desiderato dal pubblico. **La costanza e la coerenza sono fattori determinanti** per entrare nella mente dei potenziali clienti.

> **Nulla è perfetto, ma tutto può essere migliorato.** Spesso la preoccupazione che non sia tutto perfetto rappresenta un blocco o un ritardo nel lancio di un nuovo prodotto. In realtà tutto può essere migliorato, quindi è meglio iniziare e adattarsi in corsa, piuttosto che non iniziare affatto.



\* **LA NOSTRA ESPERTA** Ceo e founder di Huky ([www.huky.it](http://www.huky.it)), società benefit, nata durante il lockdown da un team di esperti in strategia, digital e design per aiutare gli imprenditori a trasformare le sfide in opportunità. Ha lavorato in Italia e Regno Unito nell'information technology. Laurea in Economia aziendale, ha un Master in Business administration, è Innovation manager presso il Ministero dello Sviluppo economico. Mentor in programmi di accelerazione di startup. Hai una domanda sulla tua "idea di impresa"? Scrivi a: [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it)

# Dai uno sguardo all'immagine del domani

○ color: #e3937a

tramonto

spiaggia

aperitivo

amici

donna

24 anni

gioia

fuoco

birra

Grazie a Image Scan potrai sfruttare il potere delle immagini e di qualsiasi contenuto visual online per mappare l'esperienza di consumo associata ai brand e prodotti dei tuoi clienti.

Arricchisci le tue analisi sulle campagne con gli insights provenienti dalla narrazione visiva degli utenti e definisci nuovi scenari comunicativi.

Scopri la suite completa e le sue potenzialità su [socialmeter.it](https://socialmeter.it)

 socialmeter

by  Maxfone



# Sii il cambiamento che vuoi vedere nel mondo

**/** Dichiarazione di indipendenza o di interdipendenza?

Natura, persone e business sono interdipendenti ma non sempre ne siamo pienamente consapevoli. La natura non si cura delle vicende umane, lo abbiamo vissuto sulla nostra pelle nell'ultimo anno con la crisi sanitaria globale da Covid-19 che per settimane ha costretto miliardi di persone in *lockdown* e stravolto i sistemi economici planetari.

Lo scenario in cui stiamo vivendo è sempre più **VUCA**

*(Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous)*

e dovremmo farcene una ragione o, meglio, pensare in modo diverso. Le aziende dovrebbero guardare con estrema attenzione e capire le dinamiche dei sistemi naturali che, se portati al di fuori dell'equilibrio, a un certo punto lo ristabiliscono, travolgendo tutto.

Per definizione, se qualcosa non è sostenibile non è progettato per durare nel tempo ed è impossibile che possa continuare: modelli energetici fondati sul fossile, agricoltura che distrugge la materia organica nel suolo, una contabilità che ammette la creazione di valore per pochi senza avere prima contabilizzato tutti i costi ambientali e sociali dell'attività stessa. Questi sono esempi di modelli consolidati che è indispensabile trasformare nel profondo con una logica di interdipendenza: il principio fondamentale che regola il funzionamento di tutte le forme di vita sulla Terra.

Uno degli esempi migliori viene dal movimento delle **B Corp**: ogni azienda che acquisisce la certificazione firma la dichiarazione di interdipendenza e **si impegna a essere il cambiamento che vuole vedere nel mondo**, a non causare danno e creare un beneficio per gli *stakeholder*, e per le generazioni future. Se iniziassimo ad agire in modo interdipendente verso le persone, l'ambiente e la società ne guadagneremmo. **Immaginiamo come cambierebbe il mondo se ogni scelta aziendale, ogni prodotto o servizio venisse reinventato per garantire un impatto positivo e fare la differenza**, permettendoci di costruire quel futuro che i nostri figli e tutte le prossime generazioni meritano.

Per approfondire: <https://bcorporation.eu/about-b-corps> **/m**



**\* LA NOSTRA ESPERTA** Anna Cogo, consulente di Nativa Società Benefit, prima azienda in Italia a utilizzare il modello B Corp. Da 15 anni si occupa di innovazione per la sostenibilità e di applicare modelli di business rigenerativi. Nel 2015 ha fatto parte del gruppo di lavoro del Senato per l'introduzione della legislazione Società Benefit e negli anni ha guidato decine di aziende italiane nei loro percorsi di innovazione sostenibile. È co-fondatrice di B Women Italia, parte del network Women4Solutions.com. INFO: [www.nativialab.com](http://www.nativialab.com), [www.bcorporation.eu](http://www.bcorporation.eu)



DICHIARAZIONE DI INTERDIPENDENZA DI UNA B CORPORATION

La nostra **VISIONE** è  
**UN'ECONOMIA GLOBALE**  
che usa il **BUSINESS**  
COME **FORZA POSITIVA.**

Questa economia comprende  
una nuova forma di azienda,  
la **B CORPORATION**,  
che ha uno scopo più alto e  
**CREA UN BENEFICIO**  
per tutti i portatori d'interesse,  
non solo gli azionisti.

Come B Corporation e  
leader di questa economia emergente  
**CREDIAMO CHE:**

**DOBBIAMO ESSERE**  
**IL CAMBIAMENTO**  
**CHE VOGLIAMO VEDERE**  
**NEL MONDO.**

Tutte le aziende dovrebbero  
essere gestite in modo da  
**CREARE BENESSERE**  
PER LE **PERSONE**  
E IL  **PIANETA.**

Attraverso i propri prodotti, servizi,  
pratiche e profitti le aziende dovrebbero  
ambire a **NON**  
**CAUSARE DANNO**  
e creare un beneficio per tutti.

Per fare questo dobbiamo **AGIRE**  
avendo compreso che siamo dipendenti  
gli uni dagli altri e quindi  
**RESPONSABILI**  
**GLI UNI VERSO GLI ALTRI**  
e verso le  
**GENERAZIONI FUTURE.**

**OLTRE 400 PUNTI VENDITA NEL MONDO**



**VESTI LO STILE DEL SUCCESSO.  
SCEGLI PRIMADONNA COLLECTION.**

**ENTRA A FAR PARTE DELLA PIÙ GRANDE CATENA RETAIL DI CALZATURE,  
BORSE E ACCESSORI PER DONNA.**

**CENTINAIA DI PRODOTTI RIASSORTITI SETTIMANALMENTE**

OGNI COLLEZIONE E' COMPOSTA DA CENTINAIA DI REFERENZE RIASSORTITE SETTIMANALMENTE IN BASE AL VENDUTO. I COSTI DI CONSEGNA/RITIRO DEI PRODOTTI PRESSO IL PUNTO VENDITA SONO A CARICO DI PRIMADONNA.

**MARGINE GARANTITO**

NESSUNA ROYALTY O QUOTA D'INGRESSO È RICHIESTA. IL MARGINE GARANTITO È FISSO E COSTANTE TUTTO L'ANNO ANCHE DURANTE IL PERIODO DI SALDI O DI PARTICOLARI PROMOZIONI.

**PRIMADONNA ACADEMY**

UNA VERA SCUOLA PENSATA E GESTITA PER TRASFERIRE, MEDIANTE CORSI DI FORMAZIONE OBBLIGATORI PER IL PARTNER ED IL SUO PERSONALE DI VENDITA, LE PRATICHE E LE CONOSCENZE COMMERCIALI INDISPENSABILI PER AVERE SUCCESSO.

**ASSISTENZA CONTINUA**

L'ASSISTENZA AL PARTNER INIZIA DALLA FASE DI SCELTA DELLA LOCATION E CONTINUA NELLE FASI DI PREAPERTURA ED APERTURA RESTANDO COSTANTE GRAZIE A VISITE PERIODICHE.

**FORMULA CONTO VENDITA**

NESSUNA PREOCCUPAZIONE DI RIMANENZE! LA MERCE RESTA DI PROPRIETÀ DI PRIMADONNA SINO ALLA VENDITA AL CLIENTE FINALE. IL PARTNER PAGA SOLO LA MERCE EFFETTIVAMENTE VENDUTA RIDUCENDO AL MINIMO IL RISCHIO D'IMPRESA, ANCHE IN PERIODO DI SALDI E PROMOZIONI.

**primadonna**  
COLLECTION

PRIMADONNA SPA  
**INFO FRANCHISING**

800.141.207

FRANCHISING@PRIMADONNA.IT  
PRIMADONNACOLLECTION.COM

# Rifugi e accoglienza alpina: dall'abbandono al *restart*

Le aree montane riacquistano la giusta importanza



## 800mila fabbricati rurali non sono dichiarati al Catasto edilizio urbano (Agenzia delle Entrate).

Molti sono in aree collinari e montuose, presidi di culture e civiltà, che molti associano al passato. Un'economia superata, piccoli centri produttivi in progressivo abbandono. Oggi le aree di bosco non curate hanno superato le superfici utilizzate a fini agricoli. Situazione paradossale perché nel nostro Paese il territorio collinare è prevalente (41,6% della superficie complessiva dell'Italia) seguito da quello di montagna (35%).

Basta alzare gli occhi ai monti per avere conferma di questa situazione e scoprire come, lungo i sentieri, siano rimasti i rifugi a svolgere funzione di presidio e sentinella della montagna. A partire dai 774 (tra rifugi e bivacchi) di cui dispone il Club Alpino Italiano. La gestione "innovativa" di questi rifugi (o di baite recuperate) oggi attrae persone che vogliono "cambiar vita" o trascorrere stagioni immerse nella natura. Chi avvia queste attività, sceglie strutture e formule originali, non collocate in situazioni tali da sfruttare rendite da posizione date da masse di turisti. Il target principale è invece quello del turismo lento, sostenibile, gli e-biker. L'offerta prevede cibo buono e locale e ospitalità semplice, ma con qualche comfort inaspettato, di tipo esperienziale. A volte queste situazioni di "innovazione alpina" sono in borghi di montagna (v. *Millionaire novembre 2020*) e producono impatti occupazionali, sociali e culturali più intensi, grazie all'"effetto spillover", capace di trasferire in settori simili i benefici ottenuti nel primo ambito (es. l'indotto del turismo responsabile genera commercio, servizi, artigianato, nuove residenze, riutilizzo di edifici...). Cresce la nuova economia alpina, che spesso parte dal prendere in gestione un rifugio.

### LE ESPERIENZE

#### Le fonti per saperne di più

Molti i libri su queste tematiche (*Riabitare l'Italia*, di Derossi, *Via dalla città*, di Dematteis, *Salire in montagna*, di Mercalli, e *Manifesto per riabitare l'Italia*, di Donzelli e Cerosimo), i siti (Borghialpini, Montagne in rete), le scuole (Paraloup, la scuola del ritorno in montagna). Ed esperienze di sistema.

Corippo, per esempio, il paese più piccolo della Svizzera, trasformato in un hotel diffuso, dove le casette sono le camere. Da segnalare la rinascita del borgo abbandonato di Ghesc nelle Alpi Ossolane, grazie a un approccio glocal dell'Associazione Canova. Ha unito all'accoglienza l'apprendimento legato alla loro mission, rigenerare il vecchio abitato, organizzando corsi di formazione e workshop sull'architettura in pietra, in collaborazione con università italiane e straniere ([www.canovacanova.com](http://www.canovacanova.com)). /m



Maurizio Cesprini



\* **IL NOSTRO ESPERTO** Giovanni Campagnoli, presidente della Fondazione Riusiamo l'Italia, e autore per IlSole24ore dell'omonimo libro, ha attivato l'Osservatorio Riuso del Ministero della Cultura ([www.osservatorioriuso.it](http://www.osservatorioriuso.it)). Docente all'Università Salesiana lus. To su questi temi, cura la piattaforma web per il matching tra vuoti disponibili e potenziali ri-utilizzatori ([www.mappa.riusiamolitalia.it](http://www.mappa.riusiamolitalia.it)).

## ITALIA

## Videogiochi: nuovi, italiani e finanziati



**COS'È.** *First Playable Fund* è un Fondo istituito dal Ministero dello Sviluppo economico per sostenere lo sviluppo dell'industria dell'intrattenimento digitale a livello nazionale, con contributi a fondo perduto in favore di progetti per prototipi di videogiochi da mettere in commercio.

**A CHI.** Editori o produttori di software, consulenti informatici con sede legale nello Spazio economico europeo.

**PER COSA.** Progetti realizzati in Italia, che prevedano spese e costi ammissibili non inferiori a 20.000 euro. Spese sostenute dopo la domanda e ultimate entro 18 mesi dalla data del provvedimento di concessione delle agevolazioni.

**QUANTO FINANZIA.** Contributo a fondo perduto, 50% delle spese e dei costi ammissibili.

**SCADENZA.** In attivazione dal 30 giugno 2021.

INFO: [www.mise.gov.it](http://www.mise.gov.it)

## SUD, SARDEGNA

## Le strade si tingono di green

**COS'È.** *Realizzazione di infrastrutture di ricarica accessibili al pubblico lungo le principali reti viarie* è un incentivo per nuove postazioni ad accesso pubblico in aree extraurbane, da integrare con un sistema fotovoltaico già in esercizio al momento della presentazione della domanda e con un sistema d'accumulo (Micro grid). Obiettivo: riduzione delle emissioni e dei picchi di potenza richiesti al sistema elettrico.

**A CHI.** Pmi.

**QUANTO FINANZIA.** Contributo a fondo perduto fino al 75% dei costi ammissibili e a un massimo di 30.000 euro a proposta.

**SCADENZA:** 28 settembre 2021

INFO: [www.regione.sardegna.it](http://www.regione.sardegna.it)

## UE

## Contributi per il settore costruzioni

**COS'È.** *Grow/Harvest* offre fino a 60mila euro per l'innovazione del settore costruzioni, grazie alle tecnologie della circular economy o industrie digitali. Il bando è promosso da Metabuilding, progetto Horizon 2020. 4 challenge: Costruzioni-ICT, Construction-Nature-Based solutions, Costruzioni-Riciclo ed economia circolare, Produzione per l'edilizia. Il bando finanzia progetti Grow, per sviluppare tecnologie per il settore delle costruzioni, e Harvest per migliorare quello che c'è.

**A CHI.** Consorzi di 2 o più Pmi. Settori: costruzioni, industria digitale, produzione additiva, soluzioni basate su natura, circolarità e riciclaggio. Almeno una delle Pmi deve avere sede in Austria, Francia, Ungheria, Italia, Portogallo, Spagna, le altre Pmi in Paesi Ue o associati a Horizon 2020.

**QUANTO FINANZIA.** Contributo a fondo perduto di 60.000 euro. Spese ammissibili: personale, servizi esterni innovazione, viaggio.

**SCADENZA.** 15 settembre 2021.

INFO: <https://cordis.europa.eu/project/id/873964/it>

## CHIEDI AI NOSTRI ESPERTI

Hai domande da porre ai nostri esperti? Scrivi a: [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it), indicando "finanziamenti" nell'oggetto. Per avere una risposta, precisa indica: età, di dove sei, l'idea per cui cerchi finanziamenti, l'investimento che hai calcolato o ipotizzato (con un piano di fattibilità e conto economico) per la realizzazione del progetto.

## Michela Romano

Laurea in Giurisprudenza e lunga esperienza nel settore finanziario, compresa finanza etica e progetti giovani, ha fondato nel 2009 l'Associazione Europrogettare, di cui è presidente.



## Luisa Belloni

Laurea in Lingue ed esperienza di marketing e comunicazione, lavora dal 1997 nella finanza agevolata, supportando Pmi, realtà del terzo settore e progetti con università, centri di ricerca e fondi europei.

Europrogettare ([www.europrogettare.eu](http://www.europrogettare.eu)) offre consulenza specialistica nella finanza di derivazione pubblica, fund raising, comunicazione, formazione e traduzioni, organizzazione eventi, consulenza fiscale, legale e tecnico-progettuale.

Le esperte sono disponibili per approfondimenti e consulenza a prezzi agevolati per i lettori di *Millionaire*.

Solo qualche anno fa in Italia erano davvero pochi ad acquistare device ricondizionati. Ma puntando sulla qualità, si è vinta la diffidenza.

## Quando l'usato diventa business

**"Y**our success is our success" Questo è il motto di Hassan Kadamani, giovane imprenditore di 34 anni di origine siriana che ha portato la HKTrading, azienda con sede a Treviglio, a fatturare oltre un milione di euro al mese. Tutto questo grazie alla sua passione per i prodotti informatici, alla voglia di mettersi in proprio e specialmente al mix di competenze di sua moglie Elisabetta Resmini, anche lei giovane imprenditrice trevigliese.

**Come è iniziato tutto questo?** «È stata la necessità di "portare a casa la pagnotta" che mi ha permesso di re-inventarmi puntando sul settore degli smartphone usati (detti anche ricondizionati): settore molto conosciuto e diffuso oggi ma che nel 2016 non era preso in considerazione soprattutto in Italia».

**I numeri di oggi confermano che hai avuto ragione...** «Vendiamo circa 400 dispositivi al giorno, forniamo i principali franchising e rivenditori sia italiani che europei, inoltre a gennaio ci trasferiremo nella nuova sede perché necessitiamo di un magazzino che ci permetta di disporre di una gamma ancora più ampia di dispositivi in pronta consegna».

**Hassan, ripercorriamo la vostra storia. Come nasce HK Trading?** «L'impresa nasce nel 2016: quando decido di mettermi in gioco in prima

persona, sfruttando l'esperienza maturata nella compra-vendita di prodotti informatici e la mia passione per questo settore.

Ho viaggiato molto e visitato parecchie fiere in giro per il mondo dove, grazie alla mia capacità di parlare diverse lingue, ho potuto stringere contatti importanti in Medio Oriente, Cina e Stati Uniti.

Forte di questo background e desideroso di crescere in autonomia, 5 anni fa ho deciso di fondare la mia società.

Grazie al sostegno di mia moglie Elisabetta, che ha accettato di svendere la sua nuova auto, ho avuto a disposizione la somma necessaria per avviare e fondare la HKTrading.

Inizialmente ho puntato sul mondo dei pezzi di ricambi per smartphone, visto che è un settore che necessita di un investimento contenuto, ma che può dare tanta resa.

Per conoscere al meglio il prodotto che stavo trattando ho deciso di partecipare ad un corso di formazione per riparatore di smartphone, solo successivamente ho iniziato con le prime importazioni. Tuttavia non è andata come speravo».

**Che cosa è successo?** «In quel periodo era appena nato nostro figlio ed io avevo la necessità di guadagni regolari purtroppo però, in quei primi mesi di attività, non ero riuscito nemmeno a coprire i costi; così, prima di arrendermi e cercare un lavoro alle dipendenze, ho deciso di rischiare il tutto per tutto buttandomi in un settore sconosciuto: quello degli smartphone usati che all'epoca in Italia non era considerato e su cui non puntava nessuno.

Acquistai il mio primo stock di circa 20 pezzi di smartphone usati e mi rimobcai le maniche: grazie all'utilizzo di un'utilitaria prestataci da dei nostri carissimi amici, cominciai a girare tutti i negozi di telefonia



Hassan e Elisabetta Kadamani

delle mie zone offrendo i miei telefoni e cercando di spiegare ai negozianti il vantaggio dei device usati. Non è stato semplice inizialmente perché la maggior parte di loro era ostile e diffidente. Tuttavia oggi la situazione si è completamente ribaltata a mio favore al punto da non riuscire più a stare al passo con tutte le richieste che giornalmente riceviamo.

**Insomma, contro ogni previsione e aspettativa, è stato un successo.** Ad oggi mi reputo un bravo venditore e posso dire di essermi costruito negli anni un'ottima reputazione in questo settore e sono fiero dei solidi contatti che ho stretto in tutto il mondo. Questo successo però lo devo anche a mia moglie Elisabetta e alla sua dedizione per il lavoro. Infatti lei è stata la prima a credere in me e, grazie al suo mix di competenze, segue perfettamente la parte amministrativa e organizzativa, oltre ad aver curato minuziosamente l'immagine della nostra azienda. È incredibile per noi quello che siamo riusciti a creare noi due da soli».

**In concreto, in che cosa consiste esattamente la vostra attività? E, soprattutto, come mai un mercato in cui in pochi credevano è diventato per voi un solido business?** «Il core business della nostra attività consiste nel vendere all'ingrosso i dispositivi usati/ricondizionati ai principali franchising e rivenditori sia italiani che europei.

Forniamo solo a possessori di Partita Iva nel settore della telefonia o informatica in generale; per evitare di fare concorrenza ai nostri stessi clienti abbiamo scelto di non vendere ai privati e all'utente finale. Attualmente abbiamo il sostegno di collaboratori in Asia, Medio Oriente e Stati Uniti che ci assicurano spedizioni (anche di importi molto importanti) con un solo messaggio. La reputazione è la base di questo business!!

Ad oggi l'attività è più che consolidata, con un fatturato di circa 10 milioni di euro per il 2021, abbiamo ricevuto richieste di investimento da parte di alcuni finanziatori, tuttavia dobbiamo ancora valutare bene. Abbiamo puntato sulla qualità dei nostri prodotti e sulla continua ricerca del miglior dispositivo da offrire ai nostri clienti.

Attualmente i nostri telefoni con sistema iOS e Android sono pari al nuovo con garanzia anche di 12 mesi. Insomma non hanno proprio nulla da invidiare

a quelli nuovi.

La nostra forza è anche che disponiamo di oltre 5000 smartphone in pronta consegna, questo ci permette di dare la possibilità ai nostri Clienti di trovare sempre tutti i modelli in tutti i colori: dal modello più vecchio fino al più recente.

Inoltre, effettuando spedizioni espresse sempre in 24h, assicuriamo ai nostri clienti la certezza di non perdere nessuna loro vendita poiché possono sempre trovare il prodotto giusto in base alle richieste che hanno ricevuto. Da quest'anno, per ampliare l'offerta, vendiamo anche prodotti nuovi con garanzia ufficiale».

**Per il futuro avete nuovi progetti? Pensi di ampliare l'attività?** «A gennaio 2022 cambieremo sede. Abbiamo già acquistato i locali ma stiamo ancora progettando il layout degli uffici e del magazzino. Quest'ultimo è infatti per noi strategico: ci permetterà di avere una gamma ancora più ampia di dispositivi in pronta consegna».

**Dove si trova la nuova sede?** «La scelta è ricaduta su una posizione strategica: siamo a Treviglio in provincia di Bergamo all'uscita dell'autostrada Brebemi che ci permetterà di essere a pochi chilometri da Milano, Bergamo e Brescia.

Così, per i clienti che desidereranno ritirare i loro telefoni direttamente in sede, sarà ancora più semplice raggiungerci».

**Nella nuova sede sarete sempre in due?** «No, il lavoro è in costante aumento fortunatamente e, nonostante la nostra completa dedizione, non possiamo più seguirlo da soli. Stiamo quindi formando una rete commerciale che ci permetterà di essere ancora più strutturati e capillari su tutto il territorio che serviamo».



HK Trading Srl



Tel. +39 3927585827

[www.hktrading.it](http://www.hktrading.it)

[www.theparts.it](http://www.theparts.it)

[hassan@hktrading.it](mailto:hassan@hktrading.it)



## SkinMedic ha ideato un business model che permette di rientrare dell'investimento in un solo anno.

*Ad ogni nuova apertura viene insegnato un metodo di sviluppo innovativo, studiato e affinato negli anni. I nostri affiliati vengono costantemente assistiti e consigliati: dalla formazione accademica sui trattamenti di estetica avanzata fino alle attività di digital marketing.*

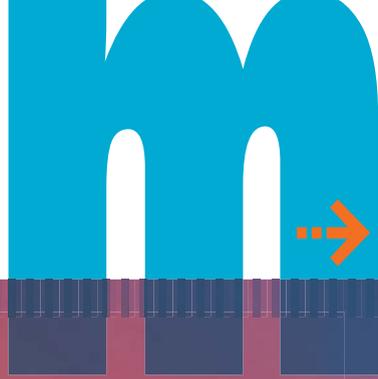


Guarda l'intervista e scopri il successo dei nostri affiliati



Scopri i numeri e i risultati del 1° Franchising della bellezza in Italia





**SCOPERTE**

# DRONI

UN  
VOLO  
NEL  
PRESENTE  
E NEL  
FUTURO



**30** DOMANDE E RISPOSTE  
PER CAPIRE  
UN SETTORE CHE SI EVOLVE  
E RISPONDE AI BISOGNI DI TUTTI

Nella foto, Ingenuity,  
il drone-elicottero della  
Nasa impegnato nelle  
ricerche su Marte.



# 01\ CHE COS'È UN DRONE?

È un aeromobile senza pilota a bordo, guidato da terra, in remoto. Si chiama anche Uas Unmanned Aircraft System. Tutta la normativa europea e americana riguarda aeromobili con pilota. «L'idea di un drone non pilotato da una persona è tecnologicamente fattibile. Il volo autonomo e l'uso dell'A.I. sono tecnologie su cui stiamo lavorando» spiega



Marco Lovera, professore del Politecnico di Milano, responsabile dell'Osservatorio Droni del Polimi. Coordina anche l'Aerospace System & Control Laboratory (<http://ascl.daer.polimi.it>)



## 02\ Come funziona?

Molti i tipi di droni, differenti per forma, materiali, propulsione. «La suddivisione base è tra droni

ad ala fissa e ad ala rotante.



I primi sono piccoli aeroplani.



I secondi sono piccoli elicotteri.

Hanno una configurazione con diversi rotori: quadrotore, esacottero, ottocottero. Le "taglie" sono diverse in funzione del tipo di attività da svolgere. Il dimensionamento e la propulsione si scelgono in base al peso del carico da portare e il tempo di volo. Dal drone giocattolo di 250 g, che ha un'autonomia di volo di 10 minuti a quelli professionali per le riprese cinematografiche, che pesano diversi kg e volano per 3-4 ore» spiega Lovera. Ma ci sono anche droni in grado di trasportare persone e carichi di un certo peso.

## 03\ È utile e innovativo?

I velivoli Uas sono nati per scopi militari, ma oggi si usano in moltissimi ambiti, tra cui quello tecnico-scientifico, per acquisire dati in studi ambientali, epidemiologici, storici, per le necessità di ricognizione e soccorso della Protezione Civile, l'agricoltura di precisione, le riprese di beni culturali, geo-scienze e geo-risorse... «Con i droni si possono monitorare e mappare aree dall'alto, anche luoghi impraticabili o difficilmente raggiungibili» spiega il Consiglio nazionale delle Ricerche, che ha una propria flotta di 57 droni, con 43 piloti, un istruttore di volo e un esaminatore, [www.cnr.it](http://www.cnr.it)

## 04\ È ecologico e sostenibile?

«I droni sono buoni alleati della sostenibilità. La maggior parte dei velivoli di piccole dimensioni impiegati nelle operazioni più diffuse è alimentata da energia elettrica.

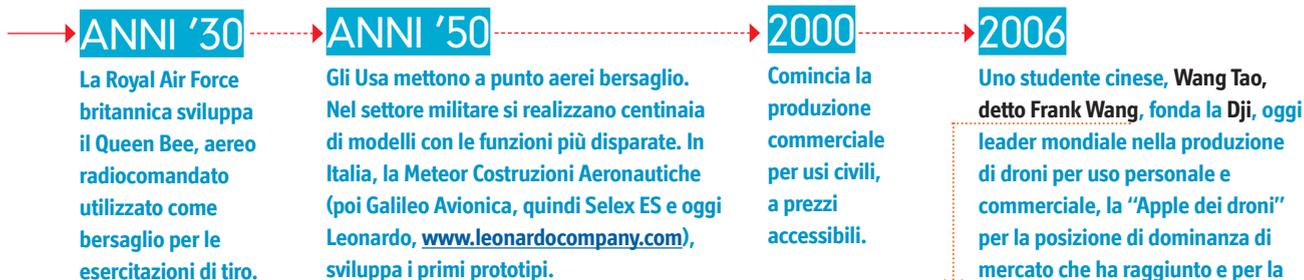
Non producono emissioni durante volo e sfrutteranno batterie sempre più performanti e sostenibili nel tempo. L'uso dei droni per raggiungere luoghi che richiederebbero alle persone lunghi



tragitti in auto è un ulteriore vantaggio per l'ambiente» spiega Gabriella Duca, fondatrice

e presidente di Issnova, dove coordina le attività di integrazione dei fattori umani nei sistemi *safety critical* in progetti di ricerca europei e nazionali. Issnova-Institute for Sustainable Society and Innovation è un ente di ricerca indipendente italiano che si occupa di servizi e processi innovativi sicuri e sostenibili.

## 05\ LE DATE IMPORTANTI che dobbiamo conoscere?



## 06\ Chi guida la ricerca a livello mondiale?

**Sono le necessità militari e le legislazioni più aperte a far muovere il settore.** «Negli Usa, università e centri ricerche interagiscono con Esercito e Forze armate. In Europa, si fa ovunque ricerca, perché la tecnologia dei droni è accessibile dal punto di vista economico e c'è domanda di soluzioni migliorative» spiega Lovera. «In Svizzera, il Governo ha creduto nei droni e un'adeguata normativa ha favorito la sperimentazione e l'interazione tra università e aziende». News: **il nuovo Regolamento europeo Droni, entrato in vigore il 31 dicembre 2020 ha trasferito buona parte della normativa sotto il presidio dell'European Union Aviation Safety Agency (EASA)**, armonizzando i regolamenti sull'intero territorio dell'Unione europea. Questo migliorerà e renderà più agili anche le normative più restrittive.

**Il 60%** delle aziende del settore sostiene che darà un importante impulso al mercato commerciale e industriale dei droni (Osservatorio Droni Polimi).

## 07\ CHI COSTRUISCE DRONI?

**«Dji detiene il 70% del mercato consumer, un monopolio globale.**

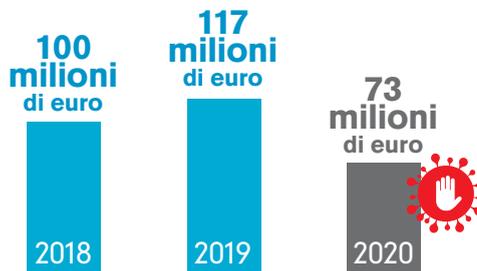
Poi ci sono costruttori minori, in Cina e in altri Paesi. Ue e Usa hanno grosse difficoltà a competere. Nel mercato professionale c'è più spazio per costruttori. Pochi in Italia, che imputano questa situazione a norme restrittive e instabili. Le autorità sostengono che è un problema di maturità tecnologica. Tanti i tentativi di far partire attività produttive, troppi gli operatori» dice Lovera. Nel



2020 i droni hanno volato basso, con una flessione del mercato professionale del 38%, causa Covid. (fonte: Osservatorio droni Politecnico di Milano). C'è da risollevarsi da un periodo duro, per tutte le aziende della filiera, ma i droni hanno dato prova di efficienza nel monitoraggio della popolazione, nelle consegne di vaccini e materiali per i laboratori. Sono esempi di quello che i droni possono fare. «La maturazione e la crescita del settore nei prossimi anni passeranno attraverso la concentrazione del mercato, l'entrata di aziende di settori attigui e l'apertura a mercati internazionali. Le imprese dovranno fin da subito stringere collaborazioni con altre aziende ed enti e fare sistema attorno a innovazioni tecnologiche e applicative» spiegano gli esperti dell'Osservatorio droni Politecnico di Milano, nato nel 2019 dal Dipartimento di Ingegneria gestionale e Dipartimento di Scienze e tecnologie aerospaziali.

m

# DRONI



IL MERCATO PROFESSIONALE DEI DRONI IN ITALIA

## 08\ A che punto siamo con LA RICERCA?

«Un fronte di ricerca punta a realizzare mezzi capaci di coprire tempi e distanze di volo sempre più grandi, aumentando anche il peso che sono in grado di trasportare. L'altro cerca applicazioni sempre più integrate in servizi esistenti, da quelli di logistica a quelli di manutenzione, migliorando la qualità dei dati e i software. **La ricerca punta a supportare il passaggio dai droni come tecnologia affidabile usata in modo sporadico o sperimentale a infrastrutture e servizi più standardizzati, utilizzabili su grande scala**» spiega Duca. «Al Politecnico ci occupiamo dell'impiego dell'intelligenza artificiale. Tante le direzioni di sviluppo della ricerca a livello mondiale. L'uso dell'energia solare a bordo è ancora difficile: l'assorbimento di energia non è compensabile con il fotovoltaico a bordo. Ma un drone con compiti ripetitivi e di sorveglianza può rifornirsi di energia prodotta con fotovoltaico, tramite piazzole di decollo e atterraggio. Ci sono casi particolari di fotovoltaico a bordo: droni ad ali fisse, lunghissime, per missioni di volo stratosferico. **E il drone su Marte!** Si sta iniziando a parlare d'idrogeno per aumentare l'autonomia. Ma i droni con questi motori sono ancora pochissimi, macchine non piccole» aggiunge Lovera.

## 09\ Enac e Ministero dell'innovazione hanno firmato un protocollo che incentiva la ricerca sui droni: OBIETTIVI?

«È un punto di partenza per disciplinare l'Urban Air Mobility. I droni per trasportare persone e merci, velivoli che pesano anche 300 kg, possono migliorare la logistica. Ma implicano nuove normative per la sicurezza, per la gestione dei dati personali e infrastrutture per l'interazione tra droni e traffico aereo esistente. L'Ente nazionale per l'Aviazione civile coordina un

progetto strategico che si conoscerà da quest'estate. Già attua sperimentazioni con un budget proprio, collaborando con Leonardo, enti e istituti, per il trasporto di farmaci, materiali biologici, piccoli carichi» chiarisce Lovera. «I droni si basano su tecnologie strategiche come il 5G e le tecnologie di posizionamento e navigazione satellitare, su cui tanto si investe in termini ricerca e costruzione di infrastrutture. Poi i droni possono contribuire a rendere più efficienti i processi produttivi in tanti settori e renderci più competitivi» spiega Duca. INFO: [www.enac.gov.it](http://www.enac.gov.it)

## 10\ CHI FINANZIA O AIUTA chi ha una buona idea?

«Le attività che includono l'uso dei droni rientrano nelle startup innovative. Un primo filone di finanziamento è legato ai **bandi nazionali e regionali** per l'innovazione industriale di imprese. Poi quelli per l'applicazione industriale delle tecnologie satellitari di Asi e Esa. Infine, i bandi dell'European Innovation Council e quelli europei di ricerca, anche industriale, nel programma Horizon Europe» segnala Duca.

**Le università supportano progetti e team.**

«Siamo partiti con **Ant-x**, lo spin-off del Politecnico che segue» spiega Lovera. Sviluppa, produce e commercializza sistemi integrati innovativi di beni e servizi negli Uas.

Crea laboratori chiavi in mano per la ricerca e la didattica, nei sistemi multi-agente, robotica volante, controllo del volo e aerospaziale. INFO: (<https://antx.it>)



LE STARTUP DI DRONI A LIVELLO INTERNAZIONALE

334  
startup

64%

Fa innovazione di prodotto (piattaforma, payload, componentistica, software).

Finanziamento medio: 3,8 milioni di dollari.

22%

Si occupa di servizi.

Finanziamento medio: 1,9 milioni di dollari.

14%

Fa sia prodotti sia servizi.

Finanziamento medio: 5 milioni di dollari.

Finanziamenti totali ricevuti: 1 miliardo di dollari.

## 11\ Ci sono già applicazioni dei droni nella vita quotidiana del nostro Paese?

«Sì, da casi pilota come il trasporto postale ad attività di ricerca e soccorso, per il monitoraggio ambientale, per i rilievi dello stato manutentivo di impianti come elettrodotti, pale eoliche, impianti fotovoltaici. Anche nel campo delle costruzioni e dei beni culturali i droni sono già usati correntemente per eseguire rilievi e restituzioni tridimensionali. Attività con pilotaggio da remoto per tutta la durata della missione, dal decollo all'atterraggio» spiega Duca. «Il Covid li ha resi preziosi: dal monitoraggio del territorio per il rispetto dei decreti, alla sanificazione di ambienti, al trasporto di campioni per laboratori» aggiunge Lovera.

## 12\ Applicazioni dei droni in fase di test?

«Droni con capacità di carico maggiori e sperimentazioni sul volo automatico e autonomo, che richiederanno un ruolo diverso per i piloti e permetteranno un uso più intensivo e in ambienti più complessi» spiega Duca.

## 13\ Che cosa significa Urban Air Mobility?

«La Uam aggiunge una terza dimensione ai trasporti urbani e suburbani. Se oggi siamo abituati a pianificare lo spostamento di persone o cose sul piano orizzontale, con tutti i vincoli e limiti di capacità del caso, la **Uam si basa sull'integrazione del trasporto aereo nel sistema di mobilità di un'area urbana**. Significa avere punti di interscambio fra i diversi mezzi di trasporto, mappare le città in funzione della possibilità di eseguire operazioni aeree sicure, abilitare lo scambio di informazioni fra i diversi sistemi di trasporto per offrire servizi più efficienti» chiarisce Duca.

## 14\ Quali sono LE STARTUP CHE STANNO INNOVANDO la Air Mobility?

Volocopter, startup tedesca, ha raccolto 200 milioni di euro in un nuovo round. Obiettivo: consolidare la leadership in un mercato che varrà 9,1 miliardi di dollari nel 2030 (Ansa). Tra gli investitori, l'italiana Atlantia. Volocopter lavora per la certificazione del drone elettrico **VoloCity** e il lancio delle prime operatività commerciali, da servizi di **aerotaxi elettrici autonomi al trasporto di merci (VoloDrone)**.



**m**

# DRONI

**LE STARTUP CHE STANNO INNOVANDO**

**eVTOL è il suo sistema di decollo e atterraggio verticale** ([www.volocopter.com](http://www.volocopter.com)). Negli Usa, grazie alla startup **Kelekona**, dal 2022 dovrebbe già partire un servizio di droni bus a New York, con velivoli a propulsione elettrica. **Simili a dischi volanti, con sistemi di sicurezza anti-incidente, trasportano fino a 40 persone, tra città e città, in 30 minuti, con costi abbordabili: 85 dollari a passeggero.** ([www.kelekona.com](http://www.kelekona.com)).

A Monaco di Baviera, la startup **Lilium**, sta testando il suo **Air Taxi**, drone elettrico a decollo verticale, con controllo remoto da terra, **per il trasporto di 5 persone massimo.** Autonomia: 300 km o 60 minuti. Obiettivo: produrre in serie i suoi droni e creare un sistema di trasporto urbano. **INFO:** (<https://lilium.com>)



## 15\ Consegna di ordini con un drone?

**Si chiamano Urban Goods delivery: ordini online e il pacco arriva via drone.** È già possibile, negli Usa.

«La prima società a fare test per le consegne via drone è stata Amazon Prime Air, ora superata dalla sua controllata, Wing. Ma si stanno muovendo anche Google e Ups» commenta Lovera. «La logistica urbana nutre grandi aspettative sia verso il last mile delivery sia verso la distribuzione delle merci» specifica Duca. «Parliamo di droni di tipologie diverse e che richiederanno infrastrutture diverse. Già ora cominciamo a vedere nelle nostre città la logistica dei materiali sanitari».

**A Taranto-Grottaglie**, in Puglia (designato dall'Enac come primo spazioporto italiano, da cui partiranno i voli di Richard Branson, Virgin Galactic) **si sono già sperimentati voli per la consegna di vaccini.**



## 16\ I droni proteggono la nostra salute e la nostra sicurezza?

**Sì,** realizzano monitoraggi ambientali più precisi e meno costosi, restituendo informazioni agli enti di controllo. Sanificano ambienti e si muovono dove l'uomo rischia la pelle. **Trasportano medicine,** materiali biologici e, **in futuro, avremo droni ambulanza che voleranno sul traffico e salveranno vite.**

«Il primo e forse più intuitivo uso dei droni è sulla scena di un disastro o incidente: con i droni forniamo informazioni accurate e aggiornate ai soccorritori, rendendone più efficiente e sicura l'attività, individuando persone disperse o in difficoltà, grazie a sensori. Monitoriamo l'ambiente e diamo allerte preventive e indicazioni in caso di eventi estremi, come piogge forti o incendi. Mi aiutano a capire i comportamenti delle folle negli eventi di massa, dai concerti agli stadi, o per contrastare reati ambientali» spiega Duca.



## 19\ I droni sono un'arma?

«**Le Forze armate ne fanno uso.** Sono di produzione americana e nazionale. Tra le nostre aziende più importanti, Leonardo e Piaggio Aerospace» risponde Lovera. **Leonardo è uno dei primi 10 operatori mondiali nel settore dell'Aerospazio, Difesa e Sicurezza, con ricavi per circa 12,2 miliardi di euro,** dei quali l'85% proviene dai mercati internazionali. Nel campo dei velivoli senza pilota, sviluppa e realizza soluzioni a pilotaggio remoto per missioni ISTAR (*Intelligence, Surveillance, Target Acquisition and Reconnaissance*), produce velivoli come Falco, Sky-Y, gli elicotteri SW-4 Solo e AW Hero, aerobersagli, e piccoli droni per sorveglianza e acquisizione delle informazioni, controllo del traffico aereo dei droni in ambito urbano (UTM *Unmanned Traffic Management*) e sistemi anti-drone. (fonte: Osservatorio Droni Polimi). Piaggio Aerospace è tra le più importanti aziende di produzione aeronautiche italiane, in una fase delicata: commissariata, è in vendita. Lo Stato cerca un acquirente internazionale in grado di valorizzarla e rilanciarla.

## 17\ I droni minacciano LA NOSTRA PRIVACY?

Tra i problemi di sicurezza e controllo dello spazio aereo, di cui si occupano 22 aziende di 14 Paesi europei, nel consorzio Sesar Joint Undertaking ([www.sesarju.eu](http://www.sesarju.eu)), ci sarebbero anche la privacy e il discorso etico: **migliaia di droni ci sorvoleranno, riprenderanno abitazioni, visi, targhe di auto.** Dati personali a disposizione delle forze dell'ordine. **Il problema è l'uso che potrebbero farne altri.** Per le norme, in evoluzione: [www.garanteprivacy.it/temi/droni](http://www.garanteprivacy.it/temi/droni)

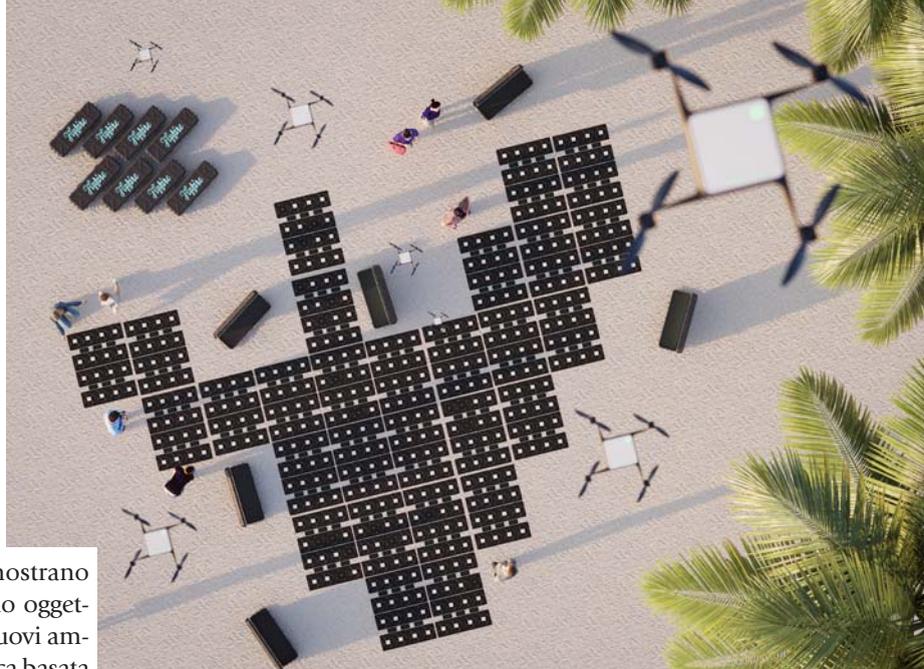
## 20\ Novità nell'IMPIEGO MILITARE?

«C'è una grande varietà di macchine, alcune grosse e pesanti, in grado di lavorare in autonomia per due giorni, altre piccolissime, di pochi cm, in dotazione ai soldati per ispezionare le linee nemiche. **Tra le ultime news, un drone in grado di rifornire un caccia militare in volo** (Boeing MQ-25 T1, con US Navy). In sviluppo, la tecnologia che sostituirà con un drone il secondo caccia, nel volo in coppia» spiega Lovera.

## 18\ Possono monitorare reti ferroviarie e autostradali, infrastrutture e ambienti naturali per migliorarne la gestione?

«Sono proprio gli usi oggi più diffusi. Grazie all'impiego di videocamere, Lidar (tecnica di rilevamento che utilizza un impulso laser), termocamere, camere multispettrali è possibile individuare e localizzare anomalie e raccogliere i dati in un sistema intelligente, che ragiona in termini predittivi, invece che correttivi, per tutte le attività di manutenzione. I costi di monitoraggio si riducono enormemente perché il tempo necessario per i rilievi si riduce drasticamente» risponde Duca.

# DRONI



## 21\ Sono uno strumento utile ad architetti e urbanisti?

Sì, riportano una visuale dall'alto e mostrano spazi verticali-orizzontali che diventano oggetto di studio e design, piattaforme per nuovi ambienti verdi e infrastrutture per la logistica basata sui droni. «**L'uso in architettura è consolidato. Nasce dalla necessità di ispezioni e ricostruzioni accurate, possibili coi droni in una frazione del tempo necessario all'uomo e con grande precisione**». I droni sono anche utilizzati per intonacare le facciate (<https://carloratti.com/project/flyfire>), per tessere ponteggi elastici aerei, per edificare con mattoni ([www.dezeen.com](http://www.dezeen.com)).

## 22\ Cambieranno le nostre città?

«Vedremo nuove infrastrutture come i vertiporti, gli attuali sistemi di trasporti, integrarsi con i droni, tetti dei palazzi più alti e altre aree trasformarsi in punti di interscambio. Cambierà il paesaggio urbano e, invece dei camioncini delle consegne, lungo le strade, vedremo dei velivoli piccoli o grandi che si muoveranno nello skyline. Questo significa anche restituire una parte dello spazio urbano ai pedoni e agli altri sistemi di micromobilità» risponde Duca.

## 23\ CREANO IMPRESA?

«**Sì.** Li usano i professionisti nelle costruzioni, le imprese che gestiscono infrastrutture: dall'acquedotto all'energia elettrica alle ferrovie, pannelli fotovoltaici, pale eoliche. Si possono impiegare in agricoltura e per ispezioni in ambienti pericolosi come cisterne o silos. Le applicazioni sono innumerevoli. **Le attività di impresa vanno dalla costruzione di mezzi specifici, allo sviluppo di software per applicazioni verticalizzate** per aziende e settori industriali, alla manutenzione dei velivoli,

alla gestione delle operazioni con le autorità fino al noleggio di mezzi con pilota» spiega Duca. «Sono tecnologie su cui si può lavorare con costi non elevati e intraprendenza» aggiunge Lovera. «**La maggior parte delle imprese del settore, compresa Dji che oggi ha 10mila dipendenti, nascono da startup.** Sono quasi tutte aziende giovani e giovanissime. Con un tasso di mortalità elevato, però». Elenchi delle aziende registrate su Enac e D-Flight ([www.d-flight.it/new\\_portal/elenco-operatori](http://www.d-flight.it/new_portal/elenco-operatori)).

## 24\ Ci sono città "amiche dei droni" in Italia?

«**Torino è la città più drone friendly in Italia**, anche grazie alla ex Ministra per l'innovazione Paola Pisano. Le prime sperimentazioni con droni 5G e a guida autonoma sono avvenute nel capoluogo piemontese, poi i test si sono estesi ad altre grandi città: **Milano, Venezia** (recente accordo con Enac), **Roma, Napoli, Taranto**» racconta Lovera.

Un gruppo di aziende, laboratori e istituti europei, tra cui Issnova, **a Napoli, sono coinvolti in progetti di ricerca europei sulla Uam**, che coinvolgono altre città europee e italiane.

Il progetto Tindair cala i droni nei contesti urbani. «Ci saranno voli dimostrativi di Urban Air Mobility a Tolosa e Bordeaux, in Francia, ma anche in Italia» spiega Duca.

«Nel progetto Assured-Uam che realizziamo, fra gli altri, con il Cir e il Distretto tecnologico aerospaziale pugliese, avremo dimostrazioni nella città di Bari, prevalentemente per la consegna di beni. Il progetto coinvolge il Portogallo» aggiunge Duca.



## 25\ Come si impara a pilotare un drone per uso professionale?

Per pilotare un drone sopra i 250 g serve un patentino. L'Enac propone un corso online e relativo test per un primo livello di certificazione. Costo: 31 euro ([www.enac.gov.it/sicurezza-aerea/droni/come-si-diventa-pilota-uas-drone](http://www.enac.gov.it/sicurezza-aerea/droni/come-si-diventa-pilota-uas-drone)). Molte scuole in tutta Italia, autorizzate dall'Enac, preparano a guide professionali. ([www.enac.gov.it/sicurezza-aerea/droni/organizzazioni-di-addestramento](http://www.enac.gov.it/sicurezza-aerea/droni/organizzazioni-di-addestramento)).

## 26\ In università nascono team e spin-off dedicati?

«Gli spin-off nascono da ricerche in specifici laboratori, per progettare droni o particolari tecnologie. Nel caso di Ant-x, l'obiettivo è l'automazione del volo. Ci siamo occupati di progetto e prototipazione, avviando da zero con giovani dottorandi un laboratorio di ricerca su questi temi. Il nostro primo prodotto è "education": realizziamo nuovi laboratori didattici per altri, a costi minori grazie alla nostra esperienza» spiega Lovera.

## 27\ Call istituzionali per progetti sui droni?

In attesa di novità. Per i prodotti e servizi da sviluppare: [www.enac.gov.it/sites/default/files/allegati/2020-Ago/Urban\\_Air\\_Mobility-Protocollo\\_intesa\\_ENAC-Ministro\\_Innovazione.pdf](http://www.enac.gov.it/sites/default/files/allegati/2020-Ago/Urban_Air_Mobility-Protocollo_intesa_ENAC-Ministro_Innovazione.pdf)

## 28\ OPPORTUNITÀ DALLE AZIENDE per menti brillanti o progetti?

«Le aziende sono tante e di tutte le dimensioni. Grandi opportunità dal mondo delle startup e delle Pmi, più reattive e pronte nel cogliere le opportunità imprenditoriali che vengono dall'innovazione tecnologica» spiega Duca. Il Leonardo Drone Contest è un progetto di



Open Innovation di Leonardo per promuovere lo sviluppo, in Italia, dell'Intelligenza artificiale applicata all'ambito dei sistemi senza pilota e la creazione di un ecosistema dove interagiscano imprese, atenei, delle Pmi spin-off e startup. L'azienda sostiene le attività di 6 dottorandi (uno per ateneo) del Politecnico di Torino e Milano e delle Università di Bologna, Sant'Anna di Pisa, Roma Tor Vergata e Federico II di Napoli che, per 3 anni, si impegneranno nello sviluppo di un sistema a guida autonoma per droni. I 6, con i team, si confronteranno ogni anno in un simposio e una competizione. La prima, nel 2020, è stata vinta dal team Polimi, capitanato da Gabriele Roggi. «L'azienda ha scelto di stimolare le menti con un approccio competitivo. E si esplorano soluzioni diverse» spiega Lovera. Per tutti i team, si spera, a fine percorso si apriranno opportunità di lavoro. O nasceranno nuove imprese.

## 29\ Cosa succederà nei prossimi 2-3 anni?

«Continuerà la crescita e la diffusione dei droni per uso personale. La qualità sta facendo un salto in avanti, grazie alla tecnologia. Per il trasporto persone, ci vorrà ancora un po' di tempo. Ci sono stime diverse. L'esordio sul campo potrebbe essere per le Olimpiadi di Parigi, nel 2024. L'inizio dell'utilizzo commerciale potrebbe avvenire dopo il 2030» ipotizza Lovera.

## 30\ Il primo drone, per cominciare?

«Un entry level Dji costa circa un centinaio di euro, si pilota con un'App sul telefono e permette di realizzare foto e video della qualità di un cellulare, in volo. Per un drone professionale, per esempio per ispezioni, si sale a 800-1.000 euro» conclude Lovera. 

# Pensa in **GRANDE**

Investi il tuo futuro in un mercato che non conosce crisi  
**Apri il tuo punto SoloAffitti**



**+ 300 Punti**  
SoloAffitti in Italia

**da 24 anni**  
sul mercato

**+ 80.000**  
clienti ogni anno

**2 milioni**  
clienti gestiti e soddisfatti

**260 milioni**  
volume di affitti annui

**35.000**  
contratti d'affitto  
intermediati ogni anno

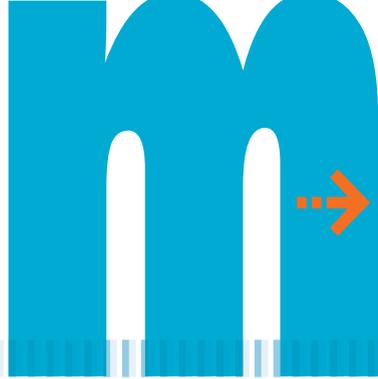
Sei in cerca di una professione autonoma, stimolante, che ti garantisca una **rendita continuativa e crescente**?  
Cerchi supporto non solo nella fase di apertura, ma soprattutto durante la fase di gestione quotidiana?

**Apri il tuo punto SoloAffitti.** Entrando nel gruppo potrai contare su **una rete di oltre 300 imprenditori** come te, un **brand conosciuto** e in continua espansione, strumenti di lavoro concreti, **formazione tecnica e commerciale** continua, **consulenza tecnico contrattuale**. In più, grazie alle nostre iniziative di **marketing** orientate al **digitale**, avrai sempre una visibilità ad ampio raggio!

**SCOPRI DI PIÙ** > **366.6266297**  
**franchising@soloaffitti.it**



**SoloAffitti**  
AFFITTARE CON SICUREZZA



# APPUNTI DI MARKETING

## Distinguiti, influenza & ottimizza

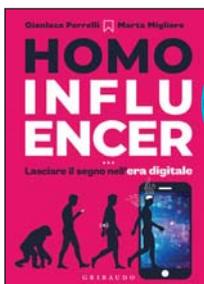
Tre libri da mettere in valigia, per prepararsi a conquistare, al rientro, fan, clienti e produttività

di Lucia Ingrosso,  
l.ingrosso@millionaire.it



**La mucca viola,**  
di Seth Godin,  
Roi, 12,90 euro.

**T**orna in una veste grafica, 20 anni dopo, un classico: *La mucca viola. Farsi notare (e fare fortuna) in un mondo tutto marrone* (Roi, 12,90 euro). Lo firma il guru Seth Godin, che mostra come rendere "straordinario" il tuo prodotto e servizio. Fra le tante case history, Godin cita quella del macellaio toscano Dario Cecchini, in grado di farsi notare (e attirare clienti) recitando versi di Dante. O della sua amica Tracey, che ha trovato un lavoro di pr scegliendo la nicchia della medicina estetica. «Lei conosce tutte le riviste, tutti i congressi, tutti i medici. Ha ogni competenza e ogni contatto: in quell'ambito, è la migliore».



**Homo influencer,**  
di Marta Migliore e Gianluca Perrelli,  
Gribaudo, 14,90 euro.

**D**i influencer marketing, gli accademici parlano con snobismo e i media, spesso, con sensazionalismo. «Solo due elementi sono chiari: l'influencer e il brand. Noi abbiamo messo a fuoco tutto ciò che c'è intorno e in mezzo, ricostruendo tutta la catena del valore» spiega Marta Migliore, autrice con Gianluca Perrelli (entrambi di Buzzoole), del libro *Homo influencer. Lasciare il segno nell'era digitale* (Gribaudo, 14,90 euro). «Tutti noi possiamo lasciare il segno. A patto di: **1/ Partire da un interesse, una passione. 2/ Realizzare contenuti di valore. 3/ Trasmettere un'utilità alla propria audience. 4/ Conoscere, maneggiare e saper valorizzare i dati.** Queste le azioni dell'influencer "aumentato". Concludiamo le nostre giornate esausti, il giro di giostra tra scontri, incontri, montagne di email, tentativi di concentrazione e distrazioni, accelerazioni e fermate brusche, paure, emozioni. Abbiamo ottenuto risultati degni di nota, in relazione all'enorme energia profusa?».



**Strategia Lean Lifestyle,**  
di Luciano Attolico,  
Hoepli, 24,90 euro.

**P**er chi lavora e sente di sprecare tempo e non generare valore, nel lavoro e nella vita, ecco il metodo che ha dato sprint e competitività a grandi aziende come Toyota. E ci insegna i segreti di un'organizzazione efficiente, ma rispettosa delle persone. *Strategia Lean Lifestyle. Lavorare e fare impresa con più risultati, agilità e benessere*, Luciano Attolico (Hoepli, 24,90 euro).



## SCRIVICI, TI REGALIAMO I LIBRI

A disposizione dei lettori 3 copie di ognuno dei libri presentati. Per concorrere all'assegnazione, scrivere entro il 31 agosto un'email a: [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it), mettendo in oggetto "marketingluglio21". Aggiungere una motivazione e specificare il libro preferito.



**Marco Montemagno**

**«IMPARATE  
L'ALFABETO  
DELLA  
COMUNICAZIONE  
DIGITALE»  
(vi servirà sempre)**

«Studiate l'alfabeto della comunicazione digitale. È come studiare una lingua nuova. È una competenza che acquisite e che vi servirà sempre. Vi aiuterà a raggiungere un pubblico e trasformare quel pubblico in un consumatore. E se domani vi licenziano, beh... avrete un'opportunità in più»

## Marco Montemagno ha costruito da solo una community da 3 milioni di follower.

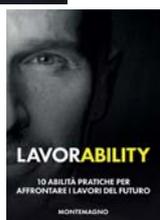
Ex campione italiano di ping pong, 49 anni, avvocato mancato, imprenditore digitale, con i video ha costruito la sua fortuna. Su YouTube ne ha registrati più di 2.100. Ha intervistato (quasi) tutti. Imprenditore seriale, tra tanti flop, nel 2018 ha lanciato 4books (che recentemente ha chiuso un round da 2,4 milioni di euro) e Competenze.it (appena nata e già definita la "Netflix dell'apprendimento continuo").

IL SUO PRIMO LIBRO *Codice Montemagno* è stato il più venduto nella sezione business nel 2017. Il secondo, *Lavorability*, prima ancora di essere disponibile in libreria, era in testa alla classifica di Amazon.

Il terzo arriva ora: si intitola *Tutto Montemagno* (Mondadori). «È il libro che mi è venuto meglio. Puoi tenerlo sul comodino, puoi leggerlo qua e là, saltando le parti. È un insieme di nozioni di buon senso. Magari ovvie, ma mai scontate».

Liceo classico, Giurisprudenza, Montemagno doveva fare l'avvocato. Poi, dopo un anno e mezzo di pratica, tra Tar e Tribunale, ha capito che non era la vita che voleva. «Un giorno ero in coda in cancelleria e ho detto a un amico: per me finisce qua. Non avevo la più pallida idea di quello che avrei fatto».

INTANTO GIOCA A PING PONG. «Studiavo e mi allenavo anche 8 ore al giorno». Sono gli anni in cui è già un professionista di tennis da tavolo. «Sono stato un campione per vendetta. A 9 anni, a Finale Ligure, ho perso a un torneo sulla spiaggia con il figlio del gelataio. Mi aveva deriso con i suoi amici. Una volta a Milano, ho chiesto ai miei genitori di poter prendere lezioni di ping pong. E in uno scantinato orrendo ho imparato tutto. Tornato a Finale, l'anno dopo, l'ho battuto e ho vinto il torneo. Poi si sa, ci si innamora delle cose per cui si è bravi



e per un po', anche durante gli anni dell'università, ho pensato che quello sarebbe stato il mio lavoro. È stata una scuola utile. In uno sport professionistico, povero e individuale, ho imparato il valore di sacrificio, dedizione, impegno. Il fatto che il risultato arriva nel lungo periodo e intanto tu devi ripetere, ripetere, ripetere».

IN QUEGLI ANNI, MONTY PER MANTENERSI FA DI TUTTO. «Avevo un amico con una piccola azienda di informatica a Como. Un giorno mi disse: vieni a fare qualcosa con me. Così, da avvocato che non sa nulla di computer, ho iniziato a vendere software, andare allo Smau, occuparmi di marketing e di ufficio stampa. Poi sono diventato webmaster, programmatore, facevo i siti, andavo a fare le presentazioni del software Cad. Una gavetta pazzesca. Lì, ho capito che potevo fare qualcosa parlando davanti a un pubblico».

Sei figlio d'arte, tua madre Romana Garasini, ha portato in Italia il public speaking tanti anni fa... «Ho imparato per osmosi. Parlare in pubblico richiede una grande preparazione e una straordinaria esperienza. Se vuoi farlo bene, non è vero che devi essere spontaneo, come ti raccontano.

La spontaneità nasce dalla preparazione».

**Capitolo 5: comunicare. Come si fa a comunicare bene?**

«Io mi definisco un dilettante professionista. Ogni volta che parlo con qualcuno di interessante mi rendo conto di quanto sia ignorante. Ma ho imparato una regola base. Che è quella di non essere imbarazzato nel fare domande stupide. Una domanda, anche stupida, può far nascere una discussione».

## Dal vendere software alla tv. Come sei arrivato a SkyTg24?



«Mia sorella viveva a Londra, tutte le volte che andavo in Inghilterra vedevo lo chef Jamie Oliver spiegare la cucina in modo informale. Ho pensato: "Potrei spiegare l'informatica così, in modo informale". Sono andato a Sky e ho fatto 6 mesi di assedio al direttore Emilio Carelli. Fino a quando è arrivato il giorno in cui mi ha detto: "Montemagno, vuole andare in onda a parlare di un virus che è appena uscito?"».

## Dopo la tv, hai fatto una startup, Blogsfere, che è stata acquisita da il Sole 24 Ore. Poi come è finita?

«Il bello dei racconti autobiografici è che salti via tutto quello che non ha funzionato, tutti i progetti falliti. E io sono un collezionista di flop. Con Blogsfere è finita come spesso succede quando vieni acquisito da un grande gruppo. Le cose non vanno come devono, perché si scontrano due mentalità troppo diverse».

## Come sono stati i tuoi inizi online?

«I primi video risalgono al 2005 e sono imbarazzanti.

Poi è arrivato YouTube e ho iniziato a cercare la mia dimensione. Ma non funzionava. Ho fatto video per un anno e mezzo che nessuno guardava. Andavo avanti per inerzia e perché conoscevo la frustrazione della sconfitta che ho imparato giocando a ping pong. Poi un giorno mia moglie (una ragazza inglese che mi ha cambiato la vita) mi ha detto: "Prova su Facebook". È lì che ho iniziato a raccogliere frutti».

## Hai intervistato personaggi incredibili: da Jovanotti a Oliver Stone, da Jeff Bezos a Matthew McConaughey, da Moby ad Alessandro Baricco. Chi ti manca?

«Vasco Rossi. Valentino Rossi.

Il Papa».



## Come ti prepari?

«Il format è una chiacchierata tra due persone che non si conoscono. È una conversazione realmente vera, per cui **non mi preparo**, soprattutto se il mio ospite è italiano. Se invece è straniero e si parlerà in inglese, provo a capire prima il personaggio. Per intervistare Oliver Stone, ho visto tutti i suoi film e ci ho messo 6 mesi a prepararmi».

## Perché sei così contrario a quello che tu chiami *fissismo*, ossia la mania del posto fisso?

«Se il posto fisso fosse per tutti e ci permettesse di essere tutti ricchi... ok, firmo domani mattina. Ma in genere è una visione legata alla necessità e non alle ambizioni. So che fare l'imprenditore è una fatica enorme e non è per tutti. Ma io parlo di intraprendenza, di non abdicare sogni, ambizioni e passioni in nome della sicurezza economica. A 80 anni cosa fai? Dici "Mi sarebbe piaciuto"? Oggi l'online ti permette di essere intraprendente. E di partire da zero. Per questo è fondamentale studiare l'alfabeto della comunicazione digitale».

## Che tipo di contenuto vince oggi in Rete?

«L'estremamente diverso.

L'estremamente provocatorio.

L'estremamente utile.

Il problema è che la gente sceglie di fare l'estremamente facile. E questo non funziona. La cosa difficile è fare qualcosa di bello, che guardi e dici wow».

## Cosa possiamo fare nel nostro piccolo?

«Qual è il nostro punto di forza? Come possiamo portare agli altri qualcosa di utile? Partite da qui, facendo leva su intelligenza e competenze. Quando siamo online, siamo lì per gli altri. Non per noi stessi».

## Quanto postare? Tutti i giorni? Non c'è il rischio di sovraesposizione?

«Il rapporto che una persona dovrebbe riuscire a stabilire con la propria community è quello di innamoramento. Io sono innamorato di Vasco Rossi. Se Vasco pubblica di più su Instagram, io non dico: "Che palle, un altro video". Dico: "Wow, dammene ancora, di più". Non c'è sovraesposizione se c'è questo rapporto. Se invece fai contenuti che annoiano e non hai una community, beh allora anche 5 secondi di un video sono già troppi».

## Qual è la prova del 9 per capire se siamo sulla strada giusta?

«Seth Godin dice di chiedersi: “Se domani non mi presentassi all’appello online, qualcuno sentirebbe la mia mancanza?”». Ti racconto una storia:



a SkyTg24, a un certo punto, è arrivato un nuovo direttore che ha detto: “Montemagno, chiudiamo la trasmissione, cos’è ‘sto Internet? Non interessa a nessuno”. Mi immaginavo un’insurrezione popolare. Che inondassero la redazione di lettere: “Rivogliamo Montemagno”. La verità è che la reazione è stata zero. E avevano ragione: perché quel contenuto era di passaggio, non aveva un valore aggiunto».

## “Ho allergia ai social, farò qualcosa di analogico” hai dichiarato recentemente. Cosa?

«Ho le antenne alzate, pronte a ripartire da zero. Sto ragionando sul da farsi. Sto studiando che cosa mi piacerebbe fare, dove mi piacerebbe stare, magari sparisco dai social e faccio solo eventi. Voglio ripartire da zero. Non mi piace avere un capo. Non mi piace stare su una piattaforma che decide se io funziono o meno».

## Quale sarà la prossima onda online?

«Vedo tre onde **1.** L’audio è una cosa che c’è nel futuro dei social e nel boom dei podcast. Ma non sarà per tutti **2.** Ci sarà la necessità di alzare l’asticella qualitativa dal punto di vista produttivo. All’inizio su YouTube trovavi video sgranati, ora funzionano le cose fatte bene. E questo richiede un team, gente capace di fare contenuti di qualità. **3.** Il boom dell’intelligenza artificiale: l’intervista che stiamo facendo ora, potrebbe essere realizzata da un mio assistente virtuale che risponde al posto mio».

## I social sono destinati a estinguersi?

«I social sono gestiti male dalle piattaforme. Che non hanno fermato l’onda barbarica dei commenti senza controllo, permettendo che le cose peggiori si diffondessero di più e in nome degli utili».

## Tu vivi a Brighton da 8 anni. Se tu fossi rimasto in Italia, tra Milano e Genova, avresti avuto il successo che hai avuto?

«No. Mia moglie e Brighton mi hanno cambiato la vita. Vivere a Brighton ti apre il cervello.

«IL BELLO DEI SOCIAL È CHE TI PERMETTONO DI INTRAPRENDERE. QUESTO NON SIGNIFICA INVENTARE IL NUOVO FACEBOOK, MA MAGARI PIÙ SEMPLICEMENTE INSEGNARE MATEMATICA ONLINE».

Se vai sul lungomare, vedi un circo all’aria aperta. Gente vestita da pantera rosa, funamboli, pazzi furiosi. C’è il trionfo delle diversità e dei contrari. C’è il gay pride più grande d’Europa. Nessuno ti giudica. Questa libertà di espressione mi ha liberato dalla paura degli altri. Vivere in un Paese straniero ti apre la mente. Se fossi rimasto tra Milano e la Liguria non avrei fatto nulla. Frenato dalla paura di chi ti dice “Ma non ti vergogni?”».

## Perché dovremmo leggere il tuo libro?

«Se avete già letto tutto Umberto Eco, Matthew McConaughey, tutti i grandi autori, il mio libro può essere un compagno utile per le vacanze. Ti ricorda cose di buonsenso. Sono concetti che tutti conosciamo, ma magari dici: “Ok, questa cosa la so, ma ora provo. La sperimento”».

## Due cose che possiamo fare subito, appena finito di leggere questa intervista?

«Fermatevi e chiedetevi: sono più una persona da audio, video, immagini o testo? In base alla risposta, provate a dedicare 10 ore di tempo a una delle piattaforme corrispondenti. Se sei più audio, dai un’occhiata a Clubhouse, alla nuova piattaforma di Spotify o a Twitter Spaces. Se sei più video, vai su YouTube e inizia a chiederti: se dovessi fare contenuti video, come li farei? Dieci ore non sono tempo perso. Se poi passate da Brighton, fatemi un fischio».



## SCRIVICI, TI REGALIAMO IL LIBRO.

Oggi ha senso intraprendere e portare avanti nuovi progetti? La risposta è in *Tutto Montemagno* (edito da Mondadori), il nuovo libro di Marco “Monty” Montemagno. Cinque copie a disposizione dei lettori. Per aggiudicarsene una, scrivere entro il 31 agosto un’email a: [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it), con oggetto “Monty”, indicando una motivazione.





COMESIFA

di Lucia Ingrosso, [lingrosso@millionaire.it](mailto:lingrosso@millionaire.it)

# Visual Storytelling

UNA FOTO IMPATTA 60.000 VOLTE PIÙ DI UN TESTO. E IL VIDEO REPLICA LA VITA REALE. ECCO PERCHÉ, IN RETE, LA PAROLA NON BASTA PIÙ

«Post brevi, perché la gente non legge. Pubblicarli la mattina presto. Chiudi sempre con una *call to action*. Ma davvero la gente vuole sentirsi dire questo da un consulente di marketing?»

Non sono le regolette che fanno di un contenuto un valore.

Per arrivare davvero alle persone, ci sono 3 strade.

1. Dare info utili. 2. Risolvere problemi. 3. Far battere il cuore.

**Lo strumento ideale: una storia.** E qui comincia il bello. E il difficile»



esordisce così Fulvio Julita, esperto di storytelling d'impresa applicato a strategie di marketing digitale, consulente e formatore. «Il mio campo sono le piccole e medie imprese, che aiuto a presentarsi grazie a Internet e ai social media».

Nel libro *Raccontarsi online*, pubbli-

cato da Hoepli, Julita spiega nel dettaglio come fare storytelling online: dagli obiettivi al piano editoriale, dalla scrittura alla componente visual. Ed è su questo ultimo aspetto che abbiamo acceso i riflettori.

## Perché l'immagine vince

«Quando la narrazione si affida alle immagini, entriamo in un territorio chiamato visual storytelling, quello di fotografie, filmati, ma anche animazioni ed elaborazioni grafiche. Si tratta di contenuti che per alcuni canali sono centrali, pensiamo a Instagram e YouTube, mentre per altri vanno a completare e integrare i testi scritti» prosegue Julita. Ma perché è così importante?

«Le immagini sono una delle forme che il contenuto può prendere. Si tratta di un elemento narrativo strategico: il cervello è 60mila volte più veloce a comprendere un'immagine piuttosto che una parola scritta».



## Metterci la faccia?

La soluzione non è nuova, pensiamo agli imprenditori Francesco Amadori e Giovanni Rana, protagonisti delle loro campagne. O ai dipendenti di Poltrone&Sofà pronti a reclamizzare il brand. Oggi, la tendenza è più viva che mai. «Da consumatori, facciamo delle scelte d'acquisto legate prima alle persone che ai brand: andiamo nel bar di fiducia, ci serviamo dal negoziante amico.

Le relazioni che si creano, anche quelle online, sono prima di tutto personali» spiega Julita. E

così, anche sui social sono più credibili i post in cui, al posto di modelli anonimi, riconosciamo l'imprenditore in persona oppure dei *brand ambassador* aziendali, che possono essere i clienti soddisfatti o i dipendenti più motivati.

## Foto d'impatto: impara dai reporter di guerra

Quando uno spot interrompe un programma televisivo, d'istinto cambiamo canale (o togliamo l'audio, distogliamo l'attenzione). Online succede la stessa cosa. «Il nostro occhio si è abituato alle immagini brutte che i nostri amici mettono sui social. Questo, per noi, è diventato il codice della spontaneità. Un'immagine patinata, invece, ci fa pensare che qualcuno voglia venderci qualcosa e, visto che i social sono luoghi di relazioni e non di vendite, ci infastidiamo subito. >>>



**SCRIVICI, TI REGALIAMO IL LIBRO.**

A disposizione dei lettori, ci sono 5 copie digitali del libro di Fulvio Julita: *Raccontarsi online. Dal freelance alle piccole e medie imprese: storytelling per il marketing digitale* (Hoepli). Per aggiudicarsene una, scrivere entro il 31 agosto un'email a: [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it), mettendo in oggetto "storytelling21" e indicando una motivazione.



## Ecco perché funziona l'autenticità ricostruita: un giusto compromesso fra estetica e valore del contenuto

» spiega Julita. Che indica come tecnica vincente quella del fotografo di guerra: immerso nella vicenda, non ha tempo per immaginare lo scatto, preparare il set e valutare l'inquadratura. Osserva, scatta e si mette in salvo. Poi, fra le tante foto, sceglie le migliori. Lo stesso si può fare oggi: ci si immerge nell'evento, lo si vive e in questo modo si è in grado di raccontarlo per immagini e dall'interno.

## Stories & dirette

«I contenuti effimeri piacciono, proprio perché rappresentano qualcosa che passa e va: se non lo vedo adesso me lo perdo. Attraggono per la freschezza e l'informalità. Sono un ottimo strumento per soddisfare la curiosità del pubblico in merito alla vita di un'impresa: il backstage di un evento, le fasi di un processo produttivo...» spiega Julita.

## E la diretta?

«Strumento straordinario, che permette a tutti di avere una propria tv in tasca.

La pandemia ha abituato gli utenti a questo genere di comunicazione. Inoltre, l'algoritmo la premia rispetto ad altri contenuti. Certo, all'inizio i risultati possono essere deludenti in termini di pubblico. Avere l'attenzione delle persone rimane l'impresa più difficile.

Il "trucco" è far crescere la fanbase. Come? Con strumenti ad hoc, come la mailing list. Ma, soprattutto, rendendo chiaro il vantaggio che si ha seguendo la diretta.

Il valore aggiunto che viene dato e che, non assistendo all'evento (come al webinar), andrebbe perduto» prosegue Julita.

## Questione di strategia

«Non è il singolo contenuto a fare la differenza. Ci sono canali, tempi e contributi diversi che permettono di creare un'unica storia da raccontare. Il tutto deve essere coerente con l'obiettivo di fondo: creare nella testa dell'interlocutore un'idea di posizionamento, che diventa la premessa per vendere» conclude Julita.

## Ecco i 4 step da compiere.

- 1/ Visibilità.** Bisogna farsi vedere in Rete. Strumento: la Seo.
- 2/ Fiducia.** Occorre comunicare i brand. Strumenti: social e contenuti.
- 3/ Relazione.** Si entra in contatto con il target. Strumento: marketing diretta (messaggi su WhatsApp, newsletter...).
- 4/ Vendita.** Finalizzare il processo. Strumenti: funnel, commerciali...

## Trick in breve

### **Stile di immagini e video**

No a foto di agenzia, patinate. No a video istituzionali e freddi. Su social vince la spontaneità... ricostruita.

### **Smartphone, sì o no?**

Sì, a patto di pulire la lente, impostare la massima risoluzione, dare importanza alla luce (no flash, sì a fonti luminose ad hoc), mettere a fuoco il soggetto (basta toccare lo schermo in sua corrispondenza), avere stabilità (nel caso, usare un cavalletto), dare equilibrio all'immagine (il soggetto non deve essere perfettamente in centro). Per i video, è fondamentale avere un buon microfono.



### **Post produzione**

Per le foto esistono opzioni già nello smartphone (filtri, gestione della luce, ritaglio...), poi si possono usare programmi come Photoshop e Fotor.



### **Video orizzontali o verticali?**

Il formato orizzontale è ideale per il desktop, il verticale per il traffico mobile, che oggi rappresenta il 70% del totale.



### **Editing**

Per i video esistono programmi facili e free come iMovie, DaVinci Resolve, Premiere Clip...



# PLAY ► Fatti notare con un video

Nel 2020 c'è stato un aumento significativo nel consumo di video, specie durante i due lockdown. Tendenza confermata all'inizio di quest'anno. In base a una ricerca di Sensemakers ([www.sensemakers.it](http://www.sensemakers.it)), a gennaio il tempo medio di



fruizione dei video online è cresciuto del 52% (contro l'11% della tv). Per utilizzare al meglio questo strumento, *Millionaire* ha intervistato Roberto Rasia, esperto di comunicazione e fondatore di DilloconunVideo ([www.dilloconunvideo.it](http://www.dilloconunvideo.it)), società di produzione di video professionali.

**Perché è il momento dei video?** «La loro fruizione cresce su tutte le piattaforme. La parola scritta arriva fino a un certo punto. Le belle foto spaccano. Ma è il video che, grazie all'immagine in movimento, aggancia l'occhio e tiene viva l'attenzione. Il video è la replica intelligente di ciò a cui siamo abituati: la vita reale».

**Girarli è alla portata di tutti?** «Sì e no. La buona notizia è che la tecnologia ha abbassato i costi delle attrezzature e fornito a tutti noi uno strumento ideale per realizzarli: lo smartphone. Ciò detto, se è vero che chiunque di noi può imparare, è anche vero che realizzarne di professionali è un mestiere e va fatto con serietà».

**Qual è l'attrezzatura base?** «Oggi la tecnologia è leggera: per cominciare, basta lo smartphone. Il primo punto cruciale è la luce. Sconsigliato il flash interno, molto meglio una luce esterna in grado di illuminare l'incarnato e risolvere ogni situazione di luce insufficiente. Il circle, o luce ad anello, tanto in voga



fra gli influencer, si trova online a partire da 20 euro. Il secondo è il sonoro: realizzare un bel video con un brutto audio vuol dire darsi la zappa sui piedi. Anche qui la soluzione è semplice: un microfono che, già a partire da 30-40 euro, simula l'effetto studio di registrazione».

**Che stile bisogna adottare?** «Ormai sdoganato lo stile finto casuale, spontaneo, che in realtà è il risultato di un grande studio e di tanto tempo dedicato».

**Quanto è impegnativo l'editing?** «Anche in questo caso la tecnologia ha "democratizzato" questa fase. Oggi ci sono molti software gratis e facili da usare. Certo, hanno funzioni limitate e semplificare significa anche appiattare. Ma, per esempio, iMovie di Apple, si impara a usare in un pomeriggio e può dare belle soddisfazioni. A livello più alto, poi, ci sono software più sofisticati e costosi. Per dare un'idea, noi per fare l'editing di un video super professionale di 90 secondi impieghiamo 7 ore».

**Diamo qualche numero: quanto costano un corso e un video, con voi?** «Il corso interaziendale di 8 ore costa da 150 euro. Dopo non diventi Spielberg, ma acquisisci buone competenze di base. Il budget per un video professionale dipende da molte variabili, ma indicherei 3 fasce di prezzo: 1.000-1.500 euro, 2.000-4.000 e 4.000-10.000 per i clienti più grossi con maggiori complessità da gestire».

## E poi come si utilizza un video?

«**1. Uso offline.** Un video di 90 secondi, che presenta la società, racconta la storia aziendale o presenta i prodotti, è un ottimo biglietto da visita che

può essere presentato in vari contesti: da un convegno all'incontro con un finanziatore.

**2. Website.** In homepage un video di pochi minuti racconta chi siamo e chi ci ha cercato online.

**3. Social.** Qui c'è fame di contenuti e con 3 minuti di materiale si possono realizzare 6 video da 30 secondi, che piacciono e creano engagement.

**4. Messaggistica diretta come WhatsApp e Telegram.** Ottimo modo per creare un rapporto diretto in un clima informale».



## Sottotitoli

Chi scorre i social, spesso lo fa a volume spento (perché è in pubblico, non vuole disturbare, motivi di discrezione...). I sottotitoli accendono l'attenzione e diventano necessari, se l'audio originale è in un'altra lingua. Esistono servizi per realizzare i sottotitoli come Headliner (gratis, con opzioni a pagamento).



## Al meglio davanti alla telecamera

Per superare l'imbarazzo, immaginare di avere come pubblico un'unica persona. Muoversi il meno possibile, ma restando naturali. Lo sguardo non dev'essere sempre fisso in camera, ma rivolto anche a un eventuale interlocutore. Usare la voce, ma con naturalezza. Alla fine, gli ingredienti segreti per un video che catturi sono due: entusiasmo e sorriso.

A tu per tu con **Hiroki ASAI**, la star del marketing di Airbnb.

# «IL VIAGGIO? HA SENSO PERCHÉ CI CONNETTE»



«Volete conquistare i vostri clienti?  
Raccontate una storia in cui sono protagonisti».  
Intanto riparte il turismo. Più zone rurali, meno città. Più esperienze

«Per un anno e mezzo siamo rimasti isolati, chiusi nelle nostre case. Ora abbiamo voglia di tornare nel mondo e viaggiare. Siamo pronti per partire. E, durante un viaggio, la prima che vogliamo fare è connetterci con altre persone o riconnetterci con familiari e amici»

esordisce così Hiroki Asai, Global Head of Marketing di Airbnb, azienda che mette in contatto chi cerca una casa con chi la offre. Numeri: 30 milioni di utenti, 4 milioni di host.

In Italia sono le 5 del pomeriggio.

Asai si trova a San Francisco, per lui sono le 8 del mattino. L'appuntamento è su Zoom. Lui è in lieve ritardo per un problema domestico, ma appena arriva cerca di instaurare subito una connessione. E ci riesce. Sarà questa la parola chiave di tutta l'intervista. È su questa parola che Airbnb, marketplace fondato nel 2007 da Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, ha lanciato a livello internazionale la sua campagna di marketing. Obiettivo: comunicare questo tipo di ospitalità, che porta la gente a connettersi con i luoghi e la comunità, e ispirare i prossimi host. Asai è una star del marketing. Ex senior advisor per SYPartners, è stato 18 anni in Apple, come Executive Creative Director dell'azienda di Cupertino. Laurea in Graphic design alla California Polytechnic State University, è lui l'artefice di molte campagne marketing diventate iconiche. Come quella del lancio del primo iMac, di Apple Watch e di iPhone.



## Partiamo da lei.

### Come si diventa un guru del marketing in aziende come Apple e Airbnb?

«Non mi sento una star del marketing, ma apprezzo il complimento. Non ho iniziato la mia carriera così. Ero un designer. Ho passato gran parte della mia vita a fare il creativo, che poi è l'unica cosa che so fare. E sono andato a lavorare per chi apprezzava questa qualità. Airbnb è uno di quei luoghi speciali dove un designer è stato addirittura scelto per fare il Ceo. Brian Chesky è il designer alla guida di Airbnb. Ed è una cosa rara. Fare il creativo è il mestiere più bello del mondo».

### Tra i nostri lettori ci sono molti appassionati di marketing. Come ispirare la futura generazione di marketer?

«Il marketing ha mille sfaccettature in cui ci si può specializzare e sono molti i brand per i quali si può lavorare. Io sono partito dalla mia passione per la creatività e il design: ero bravo in questi campi, non eccezionale, mi sono sempre appoggiato a queste mie qualità. Il consiglio che posso dare è di sfruttare le proprie qualità, seguire ciò in cui si è bravi, e se una di queste qualità è la creatività, puntare ai posti che onorino la creatività».

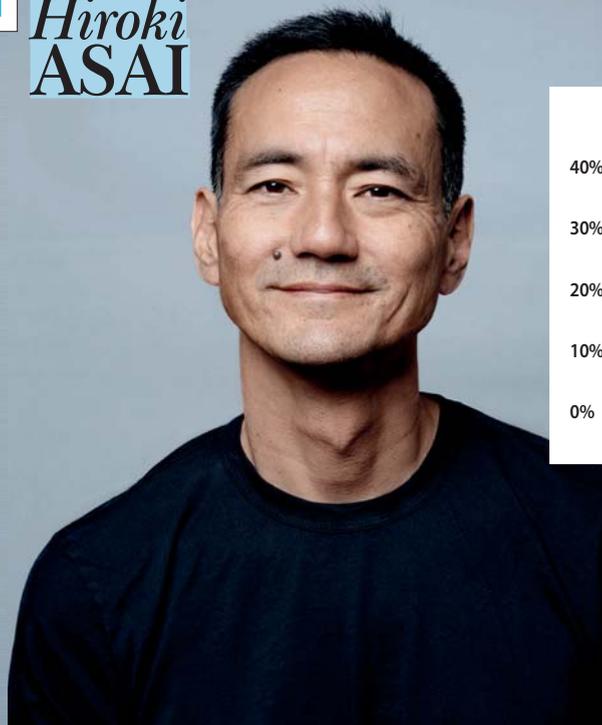
### Qual è la sua definizione di storytelling?

«Ci sono 2 cose che si possono fare in qualità di marketer: raccontare o vendere. Credo che la gente sia stufa di essere "venduta" e vuole che le aziende e i brand le raccontino qualcosa. E questo qualcosa deve riguardare un nuovo prodotto o una nuova caratteristica che stai offrendo. Deve essere una cosa rilevante per loro, che li renda partecipi del processo. Noi parliamo di ospitalità, così raccontiamo storie di vita reale, di vita vissuta, per dimostrare la connessione umana che l'ospitalità può generare. Vogliamo educare le persone sul valore dell'ospitalità, di cosa significhi ospitare e perché è diverso rispetto a un altro tipo di vacanza. Secondo me questa è la differenza tra storytelling e marketing».

### Qual è lo storytelling che funziona?

«È quello che permette al cliente di vivere in prima persona la storia che racconti. Una storia in cui è partecipi. Per noi l'ospitalità è una questione di connessione universale. È un desiderio che va al di là di ogni lingua o cultura. E la storia che cerchiamo di veicolare è questa: l'ospitalità è connessione».

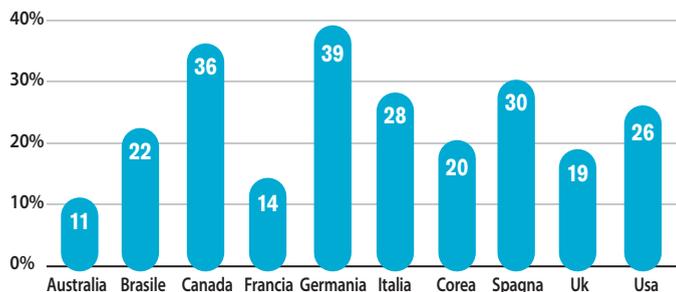




**Il settore dei viaggi è stato tra i più colpiti dal Covid. Dal vostro osservatorio, come si sta riprendendo?**

«Il vaccino sta iniziando a ridurre la pandemia e cominciamo a vedere le persone che tornano in strada. In viaggio. La gente ha cambiato però le abitudini. Si viaggia verso aree rurali, lontano dalle maggiori mete turistiche e oltre le mete standard. Questa è una cosa sulla quale siamo molto focalizzati. Parte degli annunci che abbiamo avuto nell'ultima settimana erano mirati ad aiutare le persone a trovare posti in Italia, in Asia, in tutta Europa che non fossero le classiche destinazioni turistiche e che non portassero solo turismo *sic et simpliciter*. Ma un turismo sano e sviluppo economico in posti fuori dalla maggiori aree metropolitane».

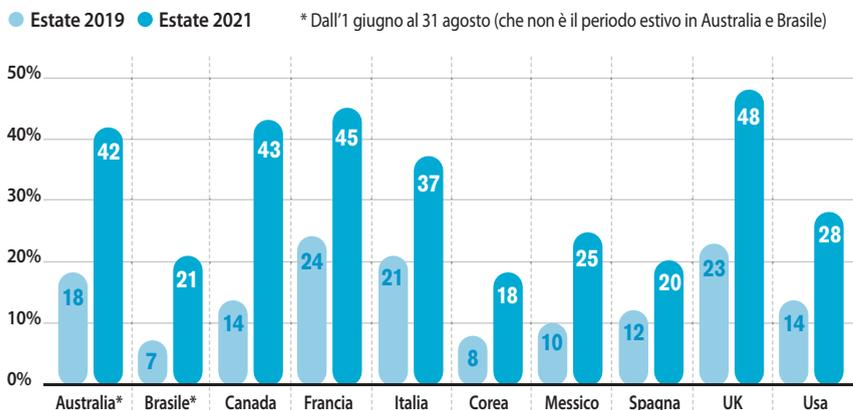
**Aumento delle prenotazioni a lungo termine nel 2021**



**È cambiato anche il tempo dedicato al viaggio?**

«Sì. I viaggi tenderanno a essere più lunghi. La gente non dice più: "Ho 52 weekend a disposizione in un anno, programma qualche weekend. Poi faccio una settimana qui, un'altra là...". Molte aziende stanno ormai incentivando lo smart working e ciò ha cambiato la mentalità delle persone che dicono "Perché andar via solo per 2 giorni e non per 3? Posso lavorare da lì, fare un giorno in più, i bimbi possono avere un giorno di vacanza. Oppure se ho l'opportunità di lavorare da casa per tutta estate, posso passare un'intera stagione in un posto diverso". Restiamo più a lungo, in aree rurali, connessi con la natura, oltre le classiche mete turistiche. Il recupero del turismo avverrà in maniera molto diversa da prima. Nei luoghi dove la pandemia sta recedendo, la gente vuole riconnettersi, vuole viaggiare, andare lontano dalle città. Muore dalla voglia di uscire dopo un anno e mezzo di reclusione. Io stesso voglio andare via da questo ufficio in cui sono stato per un anno e mezzo. È un desiderio naturale dell'uomo quello di connettersi e ritornare nel mondo».

**Aumento delle notti prenotate in luoghi rurali: confronto estate 2019-estate 2021**



**Questa è anche l'idea della campagna che state lanciando ora?**

«Noi puntiamo sulla voglia di connettersi. La campagna, che ha coinvolto i canali televisivi d'Europa e per la prima volta è giunta sulla tv italiana, è tutta concentrata sugli host. L'host porta connessione alla comunità, tra i luoghi da visitare, tra persone. Noi vogliamo raccontare un'esperienza».





*Il nuovo franchising che in pochissimi mesi conta già 4 affiliazioni e molte altre in programma*

# IL PRIMO FAST FOOD DIET

ALIMENTAZIONE PROTEICA, LOW CARB E SENZA ZUCCHERO. HAMBURGERS, PIADINE, PIZZA, CORNETTI, CHEESECAKES E TANTO ALTRO. TUTTO RIGOROSAMENTE DIET! IMPENSABILE MA VERO.

## LA VERA RIVOLUZIONE DEL DECENNIO



**ZERO CALORIE**

**L'UNICO  
THE FREDDO  
ANTICELLULITE**

UNA NUOVA  
CONCEZIONE DI CIBO  
DIETETICO



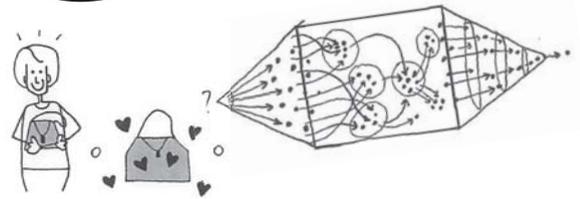
*"Penso da sempre che le cose vincenti, paradossalmente, sono quelle che vanno contro ciò che funziona di più. Opporsi ai grandi colossi americani dei fast food è da folli, ma ho sempre avuto l'indole per la rivoluzione"*

**Daniela Capasso CEO & Founder**

[www.dankoitalia.it](http://www.dankoitalia.it) [info@dankoitalia.it](mailto:info@dankoitalia.it)

**Estate, tempo di giocare.  
Impara i segreti  
del *gamestorming*,  
le tecniche di gioco  
che rivitalizzano le  
aziende e rinsaldano  
i gruppi di lavoro**

# GIOCHI



**Giocare con gli altri fa crescere. E per farlo servono testa, creatività, capacità di allargare i nostri orizzonti.**

Così evitiamo di bloccarci nella nostra posizione e nel nostro ruolo. Certe rigidità impediscono una vera collaborazione in un gruppo, generano frustrazione e diminuiscono la produttività. Portano a riunioni superflue, errori di comportamento e strategia. I *game* possono aiutarci a esplorare alternative, stimolare le aziende e i gruppi a risolvere problemi complessi attraverso l'esperienza di gioco collaborativo.

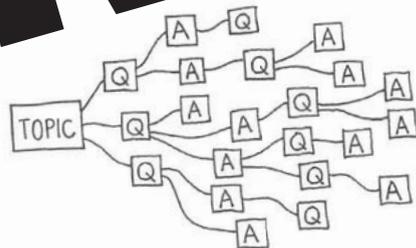
Sono i principi del *Gamestorming*, corposo e utile manuale scritto da Dave Gray, Sunni Brown e James Macanufo (nella foto a destra), qualche anno fa, e pubblicato nella primavera di quest'anno in Italia da Flacowsky (33 euro): «Dai lavoratori non ci si aspetta più il rispetto di un ruolo preciso, ma risultati creativi e innovativi che riescano a sorprendere clienti e colleghi. Non ci si aspetta solo

che svolgano una funzione, ma che creino anche nuovi e migliori prodotti e servizi o che addirittura usino la bacchetta magica per trovare soluzioni fuori dagli schemi» spiega Gray.

## Dalla riunione al *gamestorming*

Le riunioni occupano molto tempo sia nelle piccole aziende sia quelle sopra i 100 collaboratori. I temi: checking lavori in corso, pianificazione e brainstorming per nuovi progetti, budget e resoconti economici, clima aziendale e recruiting. Il Covid ha moltiplicato le riunioni in videoconferenza, ma non le ha sveltite e alleggerite. Si affrontano i problemi last minute, non si riesce a pianificare obiettivi a lunga scadenza. Nelle aziende padronali, poi, le riunioni sono ritenute inutili: decide il capo e gli altri gli devono leggere nel pensiero. Interagire in gruppo, allenarsi alla creatività con attività di team building non sono pratiche abbastanza diffuse. Il problema si è accentuato per chi sta





## L'OBIETTIVO DELL'EDITORE

L'idea alla base di *Gamestorming*: realizzare un libro bello. In carta, con disegni intriganti. Ma anche utile. Che insegni basi per creare nuovi giochi e offra 100 giochi da fare in team, a innovatori, facilitatori e *decision maker*. Ruoli che un imprenditore spesso accentra su di sé. Enrico Flaccovio ne è un esempio. Ha lasciato la casa editrice di famiglia nel 2016 per una nuova avventura editoriale, Flacowski, casa editrice che pubblica libri in crowdfunding. In parallelo, lavora come digital strategist per Ffnd, data collection specialist per la ricerca di mercato internazionale. «In questi 5 anni ho portato avanti il sogno della casa editrice lavorando di notte, all'alba e nei fine settimana, senza business angel né banche né altre alchimie di cui normalmente usufruiscono le startup. Ho semplicemente lavorato, da imprenditore e da appassionato, grazie all'aiuto della mia community che ora ha raggiunto quasi 10mila utenti» racconta Enrico. Nel 2021 apre la Flaco Edizioni Group con Claudia Rossello, assistente editoriale e compagna di vita. La società gestisce più marchi editoriali e porta i suoi libri in libreria. Uno dei suoi marchi, Trèfoglie, non sarà realizzato in crowdfunding e sarà distribuito da Messaggerie. «Gamestorming ha richiesto un grande lavoro e impegno economico, per la ricerca sulle riunioni. Sono un momento della vita aziendale diventato nevralgico, in smart working. Occasione di confronto, ma anche di dispersione di energie».

lavorando in smart working. Nel gamestorming si procede in modo diverso. Gli obiettivi non sono precisi, si crea una struttura esplorativa, sperimentale, per prove ed errori. Il percorso verso l'obiettivo non è chiaro e potrebbe cambiare in corso d'opera. Ma alla fine, si smuovono energie, si impara a collaborare. E tutto migliora.

### La traduzione che fa la differenza

*Gamestorming* è stato tradotto da Andrea Mancini, Teo Vignolini ed Elena Formica, team di LaborPlay, impresa che valuta e sviluppa le competenze trasversali delle aziende, attraverso il gioco. Nata come Labor nel 2009, nel 2015 diventa Laborplay, startup innovativa, poi spin-off dell'Università degli Studi di Firenze. «Siamo stati inseriti nell'Incubatore Universitario Fiorentino (Iuf), tra biologi, biomedici, ingegneri. Da aprile 2018 siamo stati ammessi all'Incubatore di imprese di Idm Südtirol-Alto Adige, aprendo una sede anche a Bolzano» racconta Mancini. Laurea, dottorato, ricercatore, insegna Psicologia del Marketing e della pubblicità all'Università di Firenze. Oggi con lui lavorano gli altri 5 soci fondatori, 6 collaboratori continuativi e altre 46 persone, necessarie quando si organizzano grandi eventi con centinaia di partecipanti. I clienti di Laborplay sono le aziende che richiedono strumenti "basati sul gioco" per la valutazione e la selezione del personale e la formazione o interventi di gamification. ▶▶



Nelle foto sopra, da sinistra in senso orario, Andrea Mancini, Teo Vignolini ed Elena Formica, team di LaborPlay.

## Perché giocare? Per creare nuovi mondi

**Ti giustifichi con “Tanto io non sono un tipo creativo”? Scordatelo.** Non te lo puoi permettere.

Come essere creativo? Da dove partire? Ce lo spiega Andrea Mancini.

*Game* e *play* non sono la stessa cosa. Un conto è se due amici giocano passandosi la palla (*play*), ma se uno dei due propone “Calciamo a turno, se colpiamo l'albero facciamo punto e chi arriva prima a 5 punti vince” il gioco assume tutt'altro aspetto (*game*). Ogni gioco è un mondo in continua evoluzione, che segue gli stadi di immaginazione, creazione, ampliamento, esplorazione e chiusura. Il *gamestorming* riguarda proprio la creazione di mondi di gioco utili in azienda sotto numerosi aspetti. Il numero di giochi possibili è infinito: con immaginazione, creazione, esplorazione puoi aprire un varco verso scoperte incredibili.

Il business è costruito attorno a obiettivi precisi.

**Ma fare *gamestorming* significa proprio attuare un processo alternativo ai tradizionali processi di business.** Se il mondo del business crea una solida catena di causa-effetto, il *gamestorming* crea una struttura esplorativa, sperimentale, per prove ed errori. Un progetto deve basarsi su ipotesi e intuizioni, sapendo che un piano d'azione può essere sempre rivisto in corso d'opera e aggiustato sulla base di quello che si impara nel corso del tempo.

## Vuoi fare *gamestorming*? Ecco 6 cose da fare per giocare

### 1/ Apertura, riscaldamento e chiusura

L'apertura è un'esplosione di opportunità. Coinvolgere i partecipanti, mettere le carte sul tavolo, incoraggiare le idee. **La parola chiave è “divergente”, è il tempo di creatività, brainstorming e ottimismo.** Ci si riscalda per far partire l'immaginazione. Poni una buona domanda: è come una freccia che puoi puntare su ogni bersaglio. Infine, la chiusura: dal pensiero all'azione, si compiono scelte e si prendono decisioni.



### 2/ Artefatti

Sono oggetti (post-it, lista, pezzo di carta...) che facilitano la raccolta delle informazioni, le rendono esplicite, tangibili, chiare. I pezzi di un gioco sono artefatti, così come bozze e modellini. Una bozza è breve, informale, può portare a una versione più raffinata. **La chiave è creare qualcosa di reale con strumenti semplici.**

### 3/ Spazi significativi

Si possono creare ovunque: su un pezzo di carta, una lavagna, un muro, un tavolo. Un esercizio può essere dividere una lavagna o un foglio in più parti e non nominare queste colonne per non tornare a modalità conosciute: **nel lavoro creativo si cerca di facilitare le persone a vedere nuove modalità, nuove vie.**

### 4/ Casualità e Improvvisazione

Creare casualità è un ottimo modo per ingannare la mente e cercare nuovi schemi in contesti familiari: mischiando le carte, ripensando il conosciuto si crea spazio per far emergere nuove idee e opportunità. D'altro canto, **improvvisare significa correggere il tiro in corso d'opera, essere disposto a cambiare,** procedere come un jazzista. Quando lasci i tuoi preconcetti ti apri a nuove idee, fai emergere spontaneità e sorpresa.

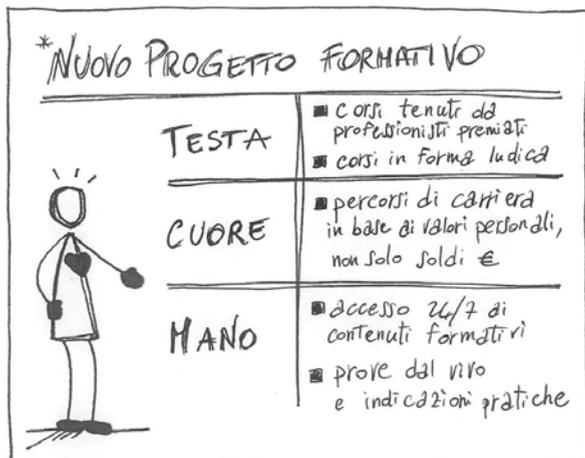
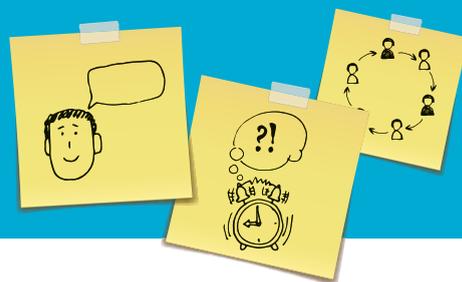
### 5/ Selezione

**Idee e suggestioni vanno ridotte a un numero gestibile.** Si può votare, utilizzando adesivi come monete, per dare valore a vari elementi e decidere qual è più importante. Altro metodo: dare priorità alle cose, classificare gli elementi in modo lineare, dal più importante al meno importante.

### 6/ Provare qualcosa di nuovo

Ogni volta che utilizzerai il *gamestorming* **ricordati di sperimentare qualcosa di nuovo:** ti manterrà in tensione, in costante sviluppo e il materiale resterà frizzante. Come su un palcoscenico, i giocatori devono essere coinvolti per attivare un processo reale. Vivi il momento, guardati intorno, accogli gli stimoli, crea un gioco partendo dagli elementi più semplici. Il gioco ti guiderà nel percorso, passo dopo passo. Ricorda, non riuscirai a ispirare gli altri se prima non alimenti il tuo fuoco!

# E ORA GIOCHIAMO...



## 👁️ CUORE, MANO, MENTE

**OBIETTIVO:** esaminare il problema da un'altra prospettiva, utilizzando 3 lenti diverse per trovare e chiarire il significato dell'attività.

**COME SI GIOCA?** Si indossano queste nuove lenti per osservare un problema, un futuro prodotto/servizio, un flusso di azioni.

✗ **Cuore:** cosa lo rende emotivamente coinvolgente?

✗ **Mano:** cosa lo rende pratico e tangibile?

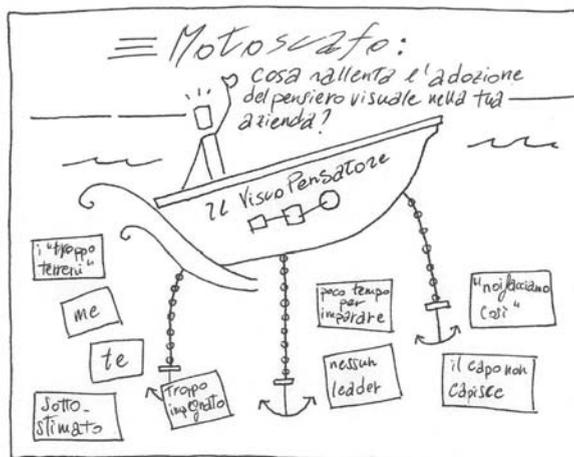
✗ **Mente:** cosa lo rende logico e sensato?

Una volta riflettuto sul tema, fai una lista degli aspetti che emergono tramite ogni lente e assegna un punteggio alle categorie valutandone punti di forza e aree di miglioramento.

## 👁️ IL MOTOSCAFO

**OBIETTIVO:** identificare ciò che ai dipendenti o ai clienti non piace del tuo prodotto/servizio o qualunque elemento ostacoli il raggiungimento di un obiettivo.

**COME SI GIOCA?** In uno spazio bianco disegna una barca con le ancore calate: la barca rappresenta il prodotto/servizio o l'obiettivo, le ancore sono gli ostacoli che rallentano. Accanto all'imbarcazione scrivi la domanda che vuoi sia discussa, chiedi ai partecipanti di valutarla e poi di scrivere su post-it tutte le caratteristiche non gradite o qualsiasi altro ostacolo. Infine, chiedi di appenderli intorno alle ancore e discuti ogni contenuto richiedendo osservazioni, intuizioni, scoperte, approfondimenti. Annota i temi ricorrenti per comprendere dove c'è accordo rispetto agli elementi che impediscono il raggiungimento dell'obiettivo.



## 👁️ IL GLOSSARIO VISUALE

**OBIETTIVO:** definire in modo chiaro una serie di termini che un team utilizza come vocabolario comune. Non ammettiamo la nostra ignoranza e molte volte quando incontriamo un termine sconosciuto o astratto facciamo finta di aver capito, piuttosto che chiederne il significato.

**COME SI GIOCA?** Si fa prima un brainstorming individuale su post-it per identificare termini e frasi che più rappresentano il linguaggio condiviso del gruppo. Si appendono i post-it al muro, si riflette sui termini più utilizzati e su quelli che necessitano di approfondimenti. In seguito, si sceglie un termine da cui partire e si chiede al gruppo di descriverlo prima tramite parole e poi con un disegno (puoi chiedere: "Come ve lo immaginate?"): in questo modo si crea un glossario comune, verbale e visuale.

# E ORA GIOCHIAMO...



## SCRIVICI, TI REGALIAMO IL LIBRO.

Vuoi ricevere *Gamestorming* in regalo? Ci sono 5 copie gratis per i lettori di *Millionaire*. Scrivi le tue motivazioni e il tuo indirizzo postale a: [esperto@millionaire.it](mailto:esperto@millionaire.it), indicando "Gamestorming" nell'oggetto. Entro il 31 agosto.



## SACRIFICI E RICOMPENSE

**OBIETTIVO:** sviluppare una maggiore consapevolezza degli elementi che motivano e che sono coinvolti nel prendere una decisione, basandosi su un bivio costi-benefici.

**COME SI GIOCA?** Una volta scelta la persona chiave (cliente finale, responsabile...), si scrive il suo nome o si disegna la sua rappresentazione su una lavagna. Si chiede al gruppo di mettersi nei suoi panni e scoprire quali sono le sue difficoltà, sacrifici, come pensa, sente e agisce: questi risultati saranno trascritti sul lato sinistro della lavagna. Sul lato opposto si scrivono le ricompense, facendo rispondere il gruppo a domande come: "A cosa aspira? Come misura il suo successo? Cosa possiamo offrirgli?".

## ETHOS, LOGOS, PATHOS

**OBIETTIVO:** usare il pensiero aristotelico in una discussione e comprendere se una comunicazione è realmente efficace.

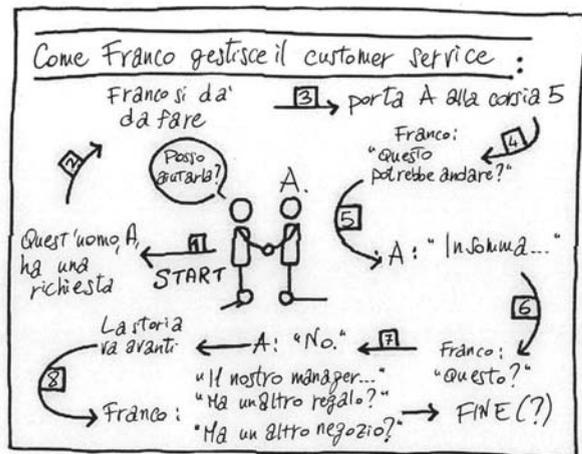
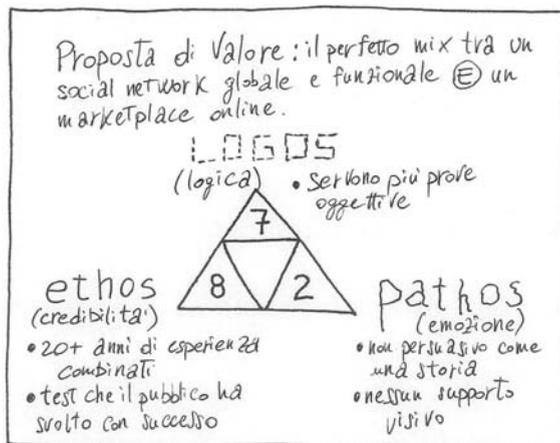
**COME SI GIOCA?** Si valuta una comunicazione usando i 3 elementi della retorica. Il pubblico (puoi essere anche tu stesso) dà al messaggio un voto da 1 a 10 su queste categorie:

**X Ethos/Credibilità:** chi sei e che credibilità hai su questo tema?

**X Logos/Logica:** il tuo ragionamento è chiaro e coerente? I tuoi argomenti sono all'altezza dei miei?

**X Pathos/Emozione:** quanto il tuo messaggio è vivido, motivante? Lascia un ricordo nell'ascoltatore?

Ricerca aree di miglioramento o di disequilibrio!



## BENVENUTO NEL MIO MONDO

**OBIETTIVO:** comprendere meglio i ruoli e le responsabilità degli altri, introducendo l'idea che l'unica realtà che vediamo è la nostra. Gli altri non vedono e sanno tutto ciò che vediamo e sappiamo noi.

**COME SI GIOCA?** Chiedi a ogni membro del team di scrivere una tra le sue responsabilità lavorative su un post-it e invitalo ad attaccarsi addosso. Chiedigli di mettersi in coppia con qualcuno che ha responsabilità lavorativa molto diversa e lo incuriosisce. Chiedi a ogni membro della coppia di disegnare il flusso di lavoro dell'altra persona, senza però poter fare domande. Infine, invita ogni coppia a confrontarsi e a chiarire i vari aspetti del proprio lavoro. In questa fase è possibile disegnare sulla rappresentazione dell'altro oppure modificare il proprio disegno.

# Genesis Life

**VUOI GARANTIRTI UN GUADAGNO RICORRENTE NEGLI ANNI  
ATTRAVERSO UN PROGETTO ETICO E SOSTENIBILE?**

**ENTRA COME SOCIO NELLE AZIENDE AGRICOLE DI GENESI LIFE!**



IDEA ECO-SOSTENIBILE



PRODUZIONE DI OSSIGENO



ALTISSIMA REDDITIVITÀ



SGRAVIO FISCALE FINO AL 50%

**CAMBIA LA TUA VITA CON UNA RENDITA AUTOMATICA E SOPRATTUTTO ECO-SOSTENIBILE**

**PRENOTA LA TUA CONSULENZA GRATUITA!**

Numero Verde  
**800-034509**

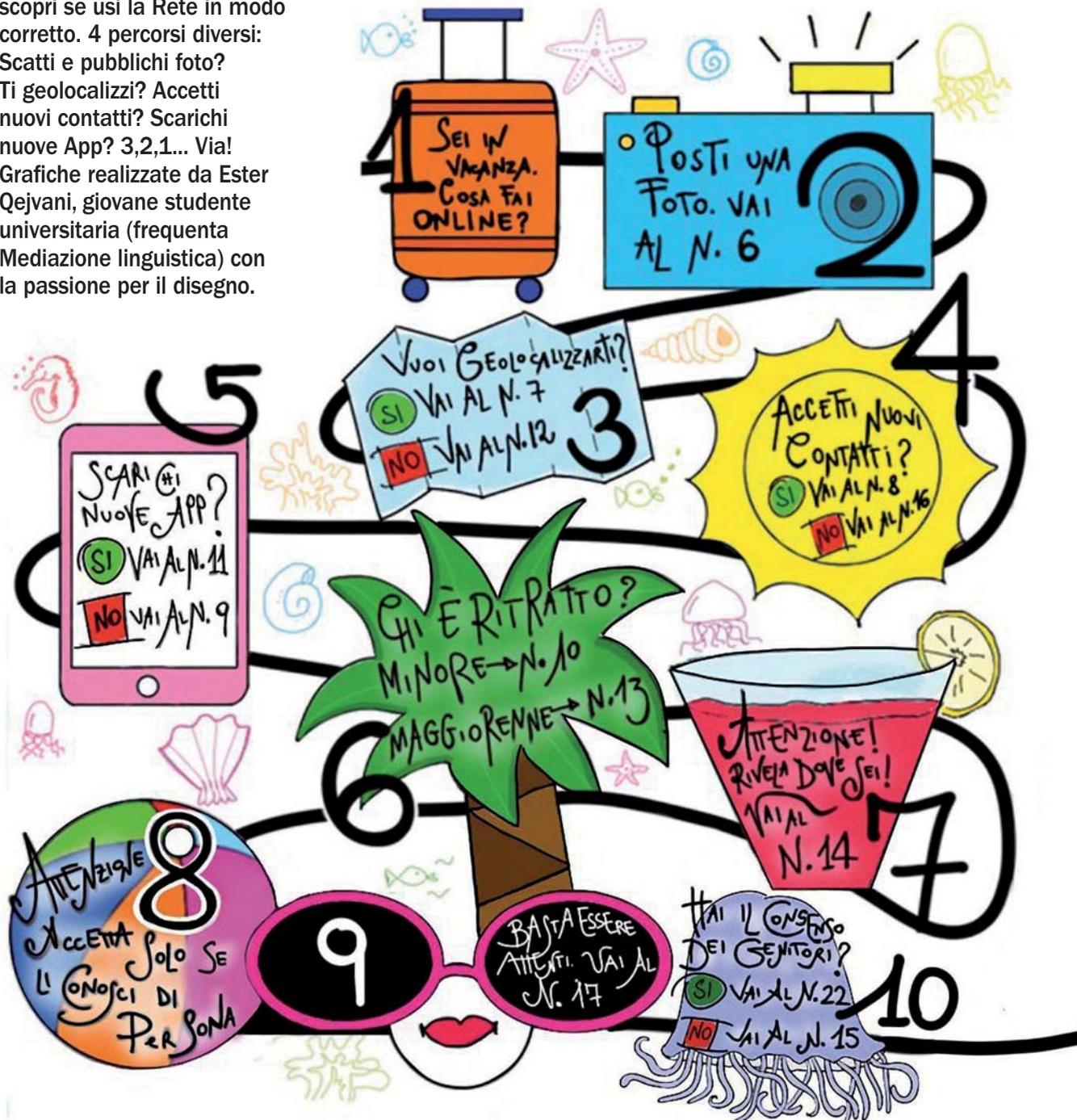


[info@genesilife.it](mailto:info@genesilife.it)

**TUTTE LE PIANTAGIONI GENESI LIFE SONO REALMENTE VISITABILI!**

# Privacy: il gioco dell'

Cosa fai online quando sei in vacanza? Mettiti alla prova e scopri se usi la Rete in modo corretto. 4 percorsi diversi: Scatti e pubblici foto? Ti geolocalizzi? Accetti nuovi contatti? Scarichi nuove App? 3,2,1... Via! Grafiche realizzate da Ester Qejvani, giovane studente universitaria (frequenta Mediazione linguistica) con la passione per il disegno.



# estate



## \* LA NOSTRA ESPERTA

Federica De Stefani, avvocato, docente universitario, si occupa di diritto della Rete, privacy e contrattualistica. Autrice di testi specialistici per Giuffrè e Il Sole 24 Ore. Per Hoepli ha pubblicato Le regole della Rete (per muoversi nella Rete senza fare errori), Le regole della privacy, Le regole del turismo, Il Gdpr per il marketing e il business online e sport e Gdpr online e offline. Per Maggioli ha scritto Web & Mobile Journalism. È founder di Legal Hackers Mantova.



# L'influencer marketing come mezzo esperienziale

Il turista di oggi ha bisogno di una esperienza da ricordare

Per raccontare una destinazione ci sono milioni di guide turistiche acquistabili ovunque. Per mostrare un luogo ci sono modi e mezzi, grazie all'advertising tradizionale, così come quello digitale. Ma la realtà è che dopo essere stati così tanto tempo chiusi nelle nostre case, sentiamo il bisogno di viaggiare, ma le possibilità economiche, per molti, non sono più quelle di una volta. Per cui per scegliere una meta più che un'altra, **abbiamo bisogno di essere coinvolti**, non più solo di leggere un itinerario. **Abbiamo bisogno di percepire l'esperienza che potremmo fare** oltre le nostre mura. E dirci "Sì, ne vale la pena." La difficoltà di rilanciare un settore come quello turistico, è stata ed è ancora oggi oggetto di dibattito. Eppure il marketing ci ha spesso mostrato che per rimanere saldi in un settore bisogna saper porre obiettivi a breve, medio e lungo termine, adottando strategie specifiche in questo contesto, l'influencer marketing si è rivelato un mezzo efficace per moltissime realtà, sicuramente per le più lungimiranti, che hanno scelto di tenere alta l'attenzione di tutti quei turisti che dalle loro case sognavano di tornare a viaggiare.

## Spagna

Turespaña ha scelto di promuovere l'evento *Spagna Virtuale 2020*, attraverso un'azione di influencer marketing, di cui posso parlare in prima persona, avendo avuto l'onore di collaborare con questa realtà, all'ideazione della strategia. Un progetto innovativo, virtuale al 100% e totalmente immersivo, che ha dato modo a operatori del turismo e consumatori di visitare direttamente dalle proprie case, con il proprio avatar, la fiera del turismo spagnolo. Come sono stati coinvolti gli utenti? Attraverso il micro-influencer marketing. La Spagna è arrivata nelle case degli italiani grazie ai food blogger e ai



travel blogger che hanno fatto vivere un'esperienza alle loro community, attraverso viaggi fotografici e racconti esperienziali. Inoltre con *live* Instagram, in cui ogni travel blogger in connubio con un food blogger, ha riproposto una ricetta tipica spagnola, tra aneddoti e ingredienti, hanno accompagnato i propri utenti nella cultura, nella storia, nell'arte e nelle tradizioni di località spagnole degne di nota. E, attraverso un evento digitale, la Spagna ha poi condotto gli utenti in un'esperienza senza eguali.

## Dubai

Anche Dubai Tourism ha scelto di far vivere delle vere e proprie esperienze, attraverso azioni coordinate di influencer marketing. Grazie alle strategie adottate, abbiamo potuto ammirare lo skyline di Dubai, mentre veniva costruito con i Lego dagli influencer. Abbiamo vissuto mete da sogno attraverso i viaggi fotografici ricreati dalle *travel memories* dei content creator. Dalla vetta del Burj Khalifa al quartiere storico di Bur Dubai, ci hanno accompagnato ovunque, giocando con il *Monopoly* di Dubai. Questi sono solo alcuni degli esempi di realtà. Il turismo ha trovato nell'influencer marketing un mezzo efficace persino in un momento difficile. E alcune realtà ci hanno dimostrato che l'utente di oggi può essere il turista di domani, se riusciamo a fargli vivere una esperienza degna di essere ricordata. Potrebbe essere la scelta giusta per far (ri)vivere il nostro Paese. Cosa stiamo aspettando? 



\* **LA NOSTRA ESPERTA** Laura Ruggiero, digital marketer. Ha ideato campagne del calibro di *Gladiator Live in Rome*, *Non Chiamateci Eroi*, *VR Spagna 2020*, *Informati con gli infermieri*. Responsabile del dipartimento di Influencer Marketing di Consumerismo, per la tutela del consumatore. Docente dal 2015, tiene corsi per aziende e privati, e presso istituti scolastici. Insegna il digital marketing e la comunicazione, attraverso il suo canale Twitch. Ideatrice dell'*Hive Method*, modelli che semplificano l'approccio operativo al social media marketing. [www.lauraruggiero.it](http://www.lauraruggiero.it)

# SALI A BORDO!!!

**ENTRA NEL MONDO DEL NOLEGGIO A LUNGO TERMINE**

Il mercato del noleggio a lungo termine di auto e veicoli commerciali continua a crescere a doppia cifra, diventando oggi la formula di mobilità del futuro scelta da aziende, famiglie e privati.

Entra nel mondo del **NOLEGGIO A LUNGO TERMINE** dalla porta principale.

Con il nostro progetto franchising diventerai un professionista del settore e un punto di riferimento per la tua zona.

Ti forniremo tutti gli strumenti necessari a operare in perfetta autonomia e ad acquisire clienti, guadagnando sin da subito.

**ENTRA NELLA GRANDE FAMIGLIA DI [AUTOINSCONTO.IT](http://AUTOINSCONTO.IT)**



SITO WEB E PAGINE  
SOCIAL



CAMPAGNE DI  
COMUNICAZIONE E  
MARKETING DEDICATI



FORMAZIONE  
COSTANTE



SUPPORTO E  
ASSISTENZA  
COSTANTE

## COSA ASPETTI?!

[www.autoinsconto.it](http://www.autoinsconto.it) [info@autoinsconto.it](mailto:info@autoinsconto.it) 0832.405836

*Riceverai una consulenza personalizzata e senza impegno*



# Collaborare per competere e innovare

Ecco come definire i vari aspetti della collaborazione

Innovare per competere: necessità e mantra, in un mercato sempre più digitale e senza confini geografici. Il progresso scientifico e tecnologico, sempre più veloce in ogni settore, l'attenzione alle tematiche ambientali e le preferenze dei consumatori, ogni giorno più esigenti, la transizione verso l'economia verde... Tutto va nella stessa direzione e richiede investimenti in attività di ricerca e sviluppo, cosa non sempre facile, specialmente per le piccole e medie imprese.

## Problema od opportunità?

Parola d'ordine: "collaborare". Come ogni imprenditore sa, per ogni problema ci sono sempre delle soluzioni: mettere a fattor comune competenze ed esperienze in campi diversi sarà di certo utile a trovare soluzioni innovative migliorando prodotti, processi e magari anche la comunicazione aziendale, per affrontare in modo efficace la concorrenza e ridurre l'impatto ambientale della propria attività. Insomma, l'unione fa la forza!

## Quali strumenti e quali tutele?

Collaborare richiede però di superare la diffidenza verso gli altri *player* coinvolti in ciascun progetto. Ci sono strumenti che aiutano, mettendo in chiaro ruoli, diritti e responsabilità, riducendo così le reciproche preoccupazioni nel condividere esperienza e know-how per la sperimentazione di innovazioni di prodotto o di processo.

È opportuno definire i vari aspetti della collaborazione attraverso apposite clausole contrattuali e prevedere (oltre a una chiara ripartizione di compiti e responsabilità):

→ **Obblighi di riservatezza**, necessari per salvaguardare la brevettabilità delle innovazioni o il know-how, laddove non vi siano i requisiti per ottenere un brevetto.



→ **A chi spettano i diritti al deposito di eventuali brevetti**, i relativi costi e oneri e la ripartizione dei diritti di sfruttamento economico di brevetti, know-how o di diritti di design, quando l'innovazione è anche estetica.

→ **Regole di comportamento e collaborazione** sul mercato, anche rispetto alla clientela che si andrà a raggiungere.

In alternativa, si possono sfruttare contratti di licenza con i proprietari di tecnologie di interesse o, al contrario, concedere in licenza proprie tecnologie in altri settori, dove li utilizzino imprese specializzate, dietro pagamento di una **royalty**. Se la collaborazione ha per oggetto i marchi, si può cercare di espandere il proprio mercato attraverso contratti di **co-branding** e **co-marketing**.

Se invece si è disposti a un coinvolgimento ancora maggiore, ci sono strumenti come i **consorzi** e **contratti di rete di impresa**. Oltre che sul piano organizzativo e commerciale, si uniscono le forze e le diverse specializzazioni per fare attività di ricerca e sviluppo, se ne condividono i costi e si moltiplica lo slancio all'innovazione, con maggiori possibilità di crescita e di partecipazione a progetti europei e altre opportunità, a vantaggio di tutti i partecipanti.



\* **IL NOSTRO ESPERTO** Leonardo Maria Seri, avvocato, of counsel dello studio BMlex, si occupa di diritto industriale e della proprietà intellettuale, ambito nel quale ha conseguito un master di specializzazione e ha maturato esperienza anche a livello internazionale. Attivo anche in materia di startup e Pmi innovative. [www.linkedin.com/in/leonardo-maria-seri-11793375](https://www.linkedin.com/in/leonardo-maria-seri-11793375)

GOURMANDERIE

# CREM V LASSÈ

ICE CREAM • FOOD • DRINK

## IL GELATO FATTO DAVANTI A TE

L'ORIGINALE BRAND DI GELATERIA CON LA MANTECAZIONE A VISTA...

Un connubio  
perfetto tra:

ORGOGGIO ITALIANO

TRADIZIONE

INNOVAZIONE

EMOZIONE

LOANO

PIETRA LIGURE  
FRONT CANAVESE

BEINASCO

TORINO

GINEVRA

CARPI

ASTI



MATERIE PRIME  
STAGIONALI DI  
ALTISSIMA QUALITA'



GELATO SEMPRE  
FRESCO MANTECATO  
DURANTE TUTTA  
LA GIORNATA



60% DI RICARICO  
60% DI RISPARMIO  
SULLA MANODOPERA  
NO ROYALTY  
NO FEE



A PARTIRE DA € 129.000



DESIGN CHIC E  
RICERCATO

INFO E CONTATTI:

[info@cremglasse.com](mailto:info@cremglasse.com)

Cell +39 3343302266 - +39 3315916252

# Apri un centro iRiparo e diventa uno specialista del mondo mobile.

 investimento minimo 15.000€

 oltre 300 negozi



 **Riparazioni  
express**

garantite e veloci  
anche in poche ore

 **Smartphone  
rigenerati**

testati e garantiti 12 mesi

 **Pellicole  
protettive**

e accessori per uno  
smartphone al top

CONTATTACI:

 [iriparo.com/contatti-franchising](http://iriparo.com/contatti-franchising)

 [commerciale@iriparo.com](mailto:commerciale@iriparo.com)

 **iRiparo** RIPARAZIONI EXPRESS



# CONTAMINAZIONI

## Ripartire dalle donne

La crisi pandemica ha colpito le donne in modo particolarmente significativo. Ma è alta la consapevolezza che una maggiore partecipazione delle donne in politica e nelle imprese possa portare benefici nella vita reale di tutti. Lo rivela un'indagine condotta dal Barometer Women's Forum per il Women's Forum for the Economy & Society ([www.womens-forum.com](http://www.womens-forum.com)), piattaforma internazionale che mette in evidenza le voci e la visione delle donne. Il prossimo Women's Forum si terrà a Milano dal 17 al 19 ottobre 2021.



**95%**

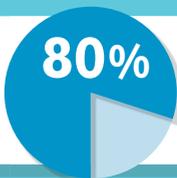
degli italiani intervistati (90% della popolazione del G7): ritiene che sia importante diminuire la disparità di genere.

Il **41%** ritiene sia una priorità.



**78%**

degli italiani intervistati (70% media del G7): ritiene che un maggiore accesso alle posizioni di senior management nelle grandi aziende favorirebbe una crescita del business.



degli italiani intervistati: pensa che un maggior equilibrio tra i sessi nelle facoltà universitarie e nelle aziende STEM renderebbe le applicazioni tecnologiche e gli strumenti di intelligenza artificiale più efficienti.



\* Fonte: Women's Forum Barometer. L'indagine, condotta su un campione complessivo di 3.500 persone, indaga il rapporto tra la percezione e la realtà dell'uguaglianza di genere in 4 ambiti: business, tecnologia, clima e salute.

**224 milioni**

le donne imprenditrici nel mondo (rappresentano il 35% dell'economia mondiale).

→ A esse va solo l'1% degli appalti pubblici.

**22%**

le ingegnere informatiche, gli altri sono quasi tutti maschi bianchi.

**11%**

presenza femminile nel campo della cybersecurity.



Per innovare è necessario che le donne si avvicinino di più alle materie STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics).

**Ma...**

**49%**

delle donne: pensa che fare tutto sia impossibile e che sia necessario scegliere tra la carriera e i figli.

**Il 46%**

(53% uomini e 39% donne) degli intervistati: ritiene che le disuguaglianze di genere siano esagerate.

**43%**

crede che le donne non scelgono le stesse carriere degli uomini perché non vogliono.

di Tiziana Tripepi, [t.tripepi@millionaire.it](mailto:t.tripepi@millionaire.it)



TREND

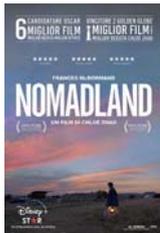
/ di Lucia Ingrosso, l.ingrosso@millionaire.it

# I (NUOVI) NOMADI

**Ritratto di  
una generazione  
che, grazie a  
connessione  
e spirito di  
avventura,  
lavora e vive  
una vita in posti  
da sogno**



## Non sono gli emarginati che girano in furgone,



stroncati dalla crisi e dalle delusioni, come Fern, la protagonista di *Nomadland*, interpretata dal premio Oscar Frances McDormand (anche se non ci dimenticheremo facilmente il saluto: “Ci vediamo lungo la strada”). Non sono i fricchettoni alla ricerca di spiagge da sogno con lo zaino in spalla. E non sono neanche i pensionati che svernano in Paesi caratterizzati da ottimo clima e tassazione favorevole.

**«I nomadi digitali non sono degli squinternati con il Pc sulle gambe che fanno la bella vita in vacanza»**

sintetizza Francesca Folda (leggerete la sua bella storia più avanti).

**Sono, invece, una popolazione variegata che, grazie a una buona connessione e a un pizzico di spirito di avventura, conciliano un lavoro retribuito con una meta (più o meno) da sogno. Ci troviamo oltre allo smart working, parliamo *workation*, cioè una via di mezzo fra lavoro (*work*) e vacanza (*vacation*).**

Solo in Europa più di 100 milioni di dipendenti sono passati al lavoro a distanza, di cui quasi 45 milioni per la prima volta. Se il 2020 è stato l'anno clou, ci si aspetta che la tendenza cresca in futuro: non si torna indietro. Due dipendenti su tre, sia in Europa sia nel nostro Paese, si

aspettano di lavorare da remoto più spesso del solito nella nuova normalità. La stima è che, entro il 2025, circa il 70% dei lavoratori lo farà da remoto almeno 5 giorni al mese (fonte: *Studio The voice of European Workforce 2020*, di Deloitte, che ha intervistato 10mila lavoratori in 7 Paesi).

**35 milioni**  
i nomadi digitali nel mondo.

## IDENTIKIT

Il blog di viaggi avventurosi A Brother Abroad (<https://abrotherabroad.com>) fondato dal pioniere della categoria Carlos Grider, li ha fotografati con una recente indagine. E ha scoperto che: i nomadi digitali nel mondo sono 35 milioni (poco meno della popolazione del Marocco), spendono 787 miliardi l'anno, se fossero un Paese sarebbero il 38° per Pil procapite (subito dopo il Portogallo). Le donne sono quasi il 50%, la classe di età più rappresentata è dei 30enni, con il 47% (mentre l'età media è intorno ai 40), i bianchi sono il 76%, la durata media della permanenza/viaggio è di 6 anni e il 66% preferisce stare in un posto da 3 a 6 mesi. L'83% lavora in proprio, mentre il 17% è assunto e lo fa da remoto. Più della metà dei nomadi digitali è composto da: venditori, informatici, designer, scrittori o esperti di e-commerce. Tante altre curiosità su: <https://abrotherabroad.com/digital-nomad-statistics> ►►



Il pioniere della categoria Carlos Grider ha creato un blog dei suoi viaggi avventurosi.



## IL PIONIERE IN ITALIA

**Era un nomade digitale, ancora prima di saperlo, Alberto Mattei, 52 anni, romano.**



«Ho sempre amato viaggiare, fin da ragazzo. Non sono mai riuscito a rimanere a lungo in un posto, per quanto bello fosse. Come freelance nel settore della comunicazione e dell'organizzazione

di eventi, trascorrevi lunghi periodi all'estero. Ma ancora all'inizio del Duemila, non era possibile portarsi dietro il proprio lavoro. Il primo smartphone è arrivato nel 2007. L'anno dopo, durante un viaggio, conosco una ragazza americana che lavora in giro per il mondo con l'ausilio del suo laptop e di una connessione. È un'illuminazione. Nel 2010 creo il sito Nomadi Digitali, che in breve diventa il punto di riferimento, in Italia, per questa nuova categoria di persone».

Il sito è una miniera di informazioni: storie a cui ispirarsi, consigli pratici di cui fare tesoro, informazioni dettagliate sui Paesi in cui trasferirsi. Nel frattempo, il mondo è



## L'eremita itinerante

**Yari Ghidone, 29 anni, ex commesso di un negozio di fumetti di Torino, gira l'Europa in camper. Si mantiene con i proventi del suo canale YouTube (110mila iscritti).**

cambiato. «La pandemia ha dato un'ulteriore accelerazione al fenomeno. Ormai la pratica di lavorare a distanza è stata sdoganata. Il focus, ora, non è più sul viaggio, ma sul benessere. Non si tratta di lavorare a distanza, ma di farlo con modalità che facciano stare bene. Il lavoro deve adattarsi all'ideale di vita e non più il contrario» spiega Alberto. Naturalmente, non tutto è facile né automatico, soprattutto in Italia. «Nel nostro Paese, **il problema numero 1 è la connessione**». In effetti, la nostra intervista si è svolta grazie a un'App di messaggistica, perché Alberto era in Umbria (sta lavorando a un progetto che mira a trasformare i

## Paese che vai, vantaggio che trovi...

Ecco alcuni dei Paesi più accoglienti per i nomadi digitali.



### Bermuda

Visto di un anno, con reddito dimostrabile. INFO: [www.gotobermuda.com/workfrombermuda](http://www.gotobermuda.com/workfrombermuda)



### Capo Verde

Visto di 6 mesi con reddito minimo dimostrabile. INFO: [www.remoteworkingcaboverde.com/en](http://www.remoteworkingcaboverde.com/en)



### Croazia

Un permesso di soggiorno della durata di un anno per chi lavora nella "tecnologia della comunicazione". INFO: <https://croatia.hr/en-GB/travel-info/croatia-your-new-office>



### Dubai

Basta un Visto turistico, per poi chiedere di passare al

programma annuale. Negli Emirati Arabi non esistono tasse sui redditi delle persone fisiche. In compenso ci sono infrastrutture e servizi.



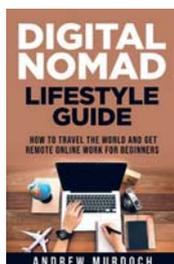
### Estonia

Visto di un anno per chi ha un reddito minimo dimostrabile. INFO: <https://e-resident.gov.ee/nomadvisa/>

## Per ispirarsi



→ La guida essenziale *Nomadi digitali. Consigli pratici e idee per vivere e lavorare on the road* (Lonely Planet, 18 euro). Consigli pratici e idee per coronare un sogno grazie alla tecnologia.



→ L'e-book in inglese *Digital nomad lifestyle guide*, di Andrew Murdoch, 5,49 euro.



→ Storia di una rinascita *Eva Toschi: da avvocato a esperta di outdoor. Poi si compra un camper di seconda mano e la sua vita cambia. Da leggere: Per la mia strada. Partire e rinascere in montagna*, HarperCollins, 17 euro.

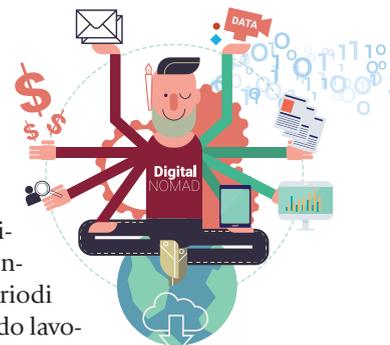
piccoli borghi in luoghi ideali di lavoro per i nomadi digitali), ma la linea cadeva ogni due minuti (non è neanche escluso che il disservizio fosse del mio provider, a Milano).

«Il secondo problema riguarda le dinamiche aziendali. Servono modelli organizzativi nuovi: i team devono imparare a lavorare bene a distanza, i capi a esercitare un nuovo tipo di leadership. La verità è che le aziende che fanno annunci di lavoro da remoto ricevono un numero di curriculum 10 volte superiore».

Ma c'è anche una buona notizia. «Si può diventare nomadi digitali a qualsiasi età, anche se la fascia più interessata è fra 30 e 50 anni. Ampia anche la tipologia di lavori interessati. Sempre di più, infatti, siamo pagati non per fare presenza in un posto, ma per risolvere problemi. Inoltre, confrontarsi con persone e luoghi nuovi, aumenta le nostre competenze, anche professionali. Amo ripetere che la libertà ci rende più produttivi. Risparmiare tempo, energie e denaro negli spostamenti, per esempio, giova al life balance di ognuno. È giunta l'ora che le aziende lo capiscano!» prosegue Mattei.

## DOVE ANDARE

Dal 2020 a oggi, molti hanno sperimentato una sorta di "nomadismo interno". Alcuni hanno allungato i periodi trascorsi nelle seconde case, abbinando lavoro e vacanza. Altri, finché era in auge lo smart working, si sono trasferiti in luoghi più ameni (lo ha fatto anche la nostra photo editor Sara Foschi, che a inizio primavera ci mandava la foto della sua postazione: una terrazza vista mare, in Sicilia). Più impegnativo pensare di trasferirsi per periodi più lunghi, magari fuori dall'Italia. «Lavorare all'estero, in molti Paesi, è illegale: è necessario ottenere prima un Visto. Per fortuna, in molti si stanno attrezzando. La Grecia, per esempio, concede sconti sulle tasse ai nomadi digitali, anche stranieri, che spostano la loro residenza fiscale nel Paese ellenico. Altri esempi: Croazia ed Estonia. Ma il numero di Paesi è in costante aumento» spiega Mattei. Le opportunità sono numerose e in tutto il mondo (vedere box).



### Grecia

Tassazione agevolata per chi sposta la residenza fiscale per almeno due anni. INFO: [www.internationaltaxreview.com/article/b1q5p9cp43z8s1/greece-introduces-50-tax-break-for-relocating-professionals](http://www.internationaltaxreview.com/article/b1q5p9cp43z8s1/greece-introduces-50-tax-break-for-relocating-professionals)



### Malta

L'isola offre informazioni, servizi e un supporto costante. INFO: <https://digitalnomads.pt/>



### Mauritius

Visto di un anno per il lavoratore e la famiglia, senza necessità di reddito minimo. INFO: [www.edbmauritius.org/premium-visa](http://www.edbmauritius.org/premium-visa)



### Portogallo

Il Visto D7, riservato a stranieri con un reddito stabile, dura un anno, può essere rinnovato per periodi di 2 e diventare permanente dopo 5. INFO: <https://digitalnomads.pt>



### Madeira

Sull'isola è nato il primo villaggio per nomadi digitali.



### Tenerife

Accoglienza, informazioni e servizi. INFO: [www.tenerifeworkandplay.com](http://www.tenerifeworkandplay.com)

→ Per ulteriori mete e aggiornamenti, tenere d'occhio la sezione "Viaggi e destinazioni" del portale [www.nomadidigitali.it](http://www.nomadidigitali.it)



## LA STORIA

# «IL LAVORO? UN MODO PER METTERMI IN CAMPO»

Storia di Francesca Folda, nomade a Milano

**È** quella che potresti definire una donna in carriera, fino a un certo punto. Poi, grazie a un viaggio, Francesca Folda, 48 anni, diventa una donna in esplorazione. Ora, è una donna in evoluzione. Potere di un viaggio per il mondo e di un incontro che le ha cambiato le prospettive.

**Ma iniziamo dal principio. Come è iniziata la tua storia?** «Sono di Roma. Da ragazza, ero convinta di voler fare l'ingegnere, come mio padre. Poi, invece, mi sono iscritta a Filosofia. Lui mi disse che era un pezzo di carta che non mi sarebbe servito a niente. Io volevo dimostrargli che qualsiasi cosa, se fatta con passione, può portarti lontano».

**La passione era il giornalismo.** «A 23 anni sostengo l'esame di ammissione per la Scuola di Giornalismo di Milano. Vengo ammessa e mi trasferisco. Come tanti, inizio con la gavetta: contratti a termine, collaboro anche con una testata sul packaging, faccio rassegne stampa all'alba, lavoro notte e giorno. Finché approdo a *Panorama*, dove resto 9 anni, scrivendo di temi importanti e vincendo premi».

**Poi raccogli la sfida dell'online.** «All'epoca i siti

erano tenuti in scarsa considerazione. Quelli che se ne occupavano venivano chiamati "I ragazzi del Web". È stata un'esperienza utile e bellissima, mi ha dato nuove consapevolezze. Ho capito che una storia non è tale se non c'è qualcuno che la ascolta.

**E infine arrivano due posizioni di vertice.**

«Prima come direttore dei siti editoriali di Sky. Mi butto. Mi occupo di cose nuove: tecnologia, bilanci, raccolta pubblicitaria. Uso strumenti nuovi e coordino una redazione di 40 persone, ma mi dispiace allontanarmi dal giornalismo. Ci ritorno come direttore di *Focus*, che contribuisco a rilanciare, pur in momenti molto difficili. Ma, arrivata





«Quando mi sono resa conto che volevo mettermi in gioco a un livello più profondo, ho iniziato a guardare al lavoro come a un valore che potevo mettere in campo e non semplicemente al modo di guadagnare uno stipendio»

a lavorare anche 16 ore al giorno, mi domando: "Perché lo faccio?"».

#### **E così ti prendi un anno sabbatico...**

«È il 2014 e decido di viaggiare. Faccio un biglietto di sola andata per la Nuova Zelanda: è la meta più lontana, dopo posso solo riavvicinarmi all'Italia. Volevo essere libera da sovrastrutture e imposizioni, andare in profondità. Imparo a farmi domande ed essere flessibile. Tengo i legami con genitori e nipoti in videochat».

#### **Poi che cosa succede?**

«Su Internet scopro Amani Institute (<https://amaniinstitute.org>), un'organizzazione non profit statunitense, che forma professionisti che creano impatto sociale e ha sedi in Kenya, India e Brasile. Sta per iniziare a Nairobi un master in Social Innovation Management. Mi candido, vengo selezionata, sono in classe con 20 persone di 12 nazionalità diverse. Sono l'unica italiana. Ho 20 anni esperienza e nel banco a fianco c'è chi ha 20 anni in tutto. Ho imparato tantissimo da questa diversità. Resto in Kenya 2 anni. Cambio approccio su tante cose, rivedo le mie priorità. Divento più flessibile, più informale. Mi sento più libera. Ma devo capire se sono cambiata davvero io, oppure se tutto dipende da dove mi trovo».

#### **Dal Kenya torni in Italia...**

«Sì. Mi propongono di dirigere la comunicazione di Sky. Sono scettica, finché nel *job title* aggiungono un riferimento all'impatto culturale. Ma non c'era un vero allineamento tra ciò che avrei voluto fare io e ciò che avrebbero voluto loro. Così, dopo un anno, mi dimetto e apro la Partita Iva per fare consulenza su progetti che hanno un impatto sociale, che mi interessano davvero».

#### **Poi arriva una proposta che ti mette in crisi...**

«Sì, Amani Institute mi offre di diventare direttrice

globale della comunicazione. Nel frattempo, però, è subentrato un problema familiare e io dico che non me la sento di lasciare l'Italia. "Ma non devi farlo" mi rispondono. "Puoi lavorare da remoto, ci conosci già. E, ogni tanto, visitare le nostre sedi". Faccio così, almeno una volta all'anno vado in Brasile, Kenya e India. Qualche volta per una settimana, a volte per oltre un mese. Per il resto, lavoro da Milano. Nomadismo digitale non vuol dire necessariamente viaggiare. Vuol dire essere dove vuoi davvero essere».

#### **La parola d'ordine per il nomade digitale è flessibilità.**

«Sì. Fisica e mentale. Il posto fisso è una garanzia, ma rischia di diventare anche una gabbia. Per trovare nuove opportunità, bisogna uscire dalla propria comfort zone. La flessibilità, però, deve essere da ambo le parti: anche l'azienda deve adeguarsi a questa nuova realtà. È difficile lavorare a distanza, se nel tuo ufficio sei l'unico a farlo. Ad Amani Institute per esempio iniziamo qualsiasi meeting con un check-in, per dare la parola a tutti e condividere in che stato d'animo siamo. Cosa che in presenza si vede subito. E poi lavoriamo sempre su documenti aperti e condivisi, così come i nostri calendari, per aiutarci a fissare meeting con tutte le persone necessarie. Sembrano piccole cose, ma amplificano la possibilità di collaborare».

#### **Come convincere la propria azienda a dare flessibilità.**

«Ora c'è più disponibilità. Gli imprenditori lungimiranti hanno capito che, al di là di operazioni di facciata, a fare la differenza è la soddisfazione dei dipendenti. Perché un dipendente felice lavora meglio e rende di più».

#### **Come far succedere il cambiamento?**

«Bisogna fare due cose. 1. Avere la visione di lungo termine dell'obiettivo che si vuole raggiungere, ma preparare la *to-do-list* dei primi passi da fare. E cominciare a muoversi. 2. Circondarsi di persone che hanno già fatto, con successo, quello a cui aspiriamo, o che si muovono nella stessa direzione».

«Il posto fisso è una garanzia, ma rischia di diventare anche una gabbia. Bisogna uscire dalla propria comfort zone»



# L'IMPORTANZA DI FARE LA PRIMA MOSSA

## L'incredibile storia di WHITNEY WOLFE HERD

Si è fatta strada nel settore tech. In un Paese (gli Stati Uniti) in cui la misoginia è presente nel business, perdipiù con un'App di *dating* che sta "dalla parte delle donne". Storia di **Whitney Wolfe Herd**, la più giovane *self-made* del mondo

# Whitney Wolfe Herd ha 31 anni e già due record. È la più giovane donna della storia ad aver quotato un'azienda in Borsa. Ed è la più giovane miliardaria *self-made* del mondo.

Detiene l'11,6% di Bumble, la società di *dating* online che, quotata alla Borsa di New York l'11 febbraio, ha raggiunto una capitalizzazione pari a 14 miliardi di dollari, mettendole in tasca ben 1,6 miliardi. Oggi (nel momento in cui vi scriviamo) il patrimonio di Whitney ammonta a circa 1,2 miliardi di dollari (*Forbes*).

## Bumble è un' App di *dating*.

È stata fondata nel 2014, dopo la burrascosa uscita di Whitney da Tinder e ha come caratteristica il fatto che sia solo una donna a poter "fare la prima mossa", cioè a decidere se creare o meno il *match*, il contatto con l'altra persona.

«Voglio ringraziare le 1,7 miliardi di "prime mosse" fatte da donne coraggiose sulla nostra App e le donne pioniere che ci hanno spianato la strada nel mondo degli affari» ha dichiarato Whitney, in una cornice di palloncini gialli, tenendo in braccio suo figlio di un anno, prima di suonare la campanella della quotazione. Niente di più azzeccato per una donna che ha dovuto fare i conti con due uomini che in maniera diversa, attraverso comportamenti misogini e sessisti, hanno determinato senza volerlo la sua ascesa.

## A 22 ANNI FONDA TINDER, MA PRESTO È COSTRETTA A LASCIARE

Originaria di Salt Lake City, zona di mormoni nello Utah, Whitney frequenta l'università in Texas. «Dopo il college non sapevo cosa fare» ha spiegato durante un'intervista al festival della tecnologia Elevate Tech. «L'unica cosa di cui

ero certa è che non mi interessava un lavoro "tradizionale"». Whitney conosce Sean Rad, figlio di immigrati iraniani e appassionato di tecnologia, che le parla di un progetto che si chiama Cardify, per migliorare il customer service delle aziende. Con lui entra nell'incubatore Hatch Labs, ma l'idea non decolla. «Durante un hackathon era emerso un altro progetto» spiega Whitney.



©RISE Sean\_Rad\_2018

«Un'App che consente agli utenti single di fissare un appuntamento». È l'embrione di quello che diventerà Tinder, l'App di incontri che Whitney fonderà qualche mese dopo insieme a Sam e al suo amico Justin Mateen. Lei ha 22 anni, e seguirà il marketing: il suo compito sarà far conoscere la nuova App nei campus universitari. È sempre lei (così dice) ad avere l'idea del nome, riferendosi ai piccoli bastoncini di materiale infiammabile (*tinder*, appunto) che servono ad accendere il fuoco. Si fida con Justin, ma la loro relazione prende una brutta piega. Parole misogine ("puttana" e "cercatrice d'oro"), pressioni per toglierle il titolo di co-founder, insulti testimoniati da dipendenti e amici, oltre che da messaggi di testo che Whitney alleggerà alla denuncia. La donna infatti farà causa a Justin per molestie sessuali e lascerà Tinder. La società negherà illeciti. Ma Mateen sarà sospeso e si dimetterà.

## DAL PERIODO PIÙ BUIO ALLA RINASCITA

L'accordo con cui si conclude la causa di Tinder assegna a Whitney un milione di dollari più un certo numero di azioni della società. Ma, come spesso accade, è la donna a passare dalla parte del torto. «Il modo in cui i media mi hanno trattato è stato devastante» ha raccontato Whitney nell'intervista. «Sono stata attaccata, ricevo continui messaggi sui social contro di me, in un periodo in cui non c'era ancora tanta sensibilità su questi argomenti e non era ancora nato il movimento #MeToo. Ho pensato: perché Internet è così marcio, perché è così offensivo? A differenza del mondo "fisico", qui le persone non sentono la responsabilità delle loro azioni. È stato uno dei momenti più bui. Ma anche quello in cui mi sono detta:

«Devo fare qualcosa»». ►►

«Una donna per stare al comando non deve aspettare che qualcuno apra le porte al posto suo. Se le sue braccia funzionano bene, deve farlo da sola. Solo così avrà rispetto per se stessa e guadagnerà il rispetto degli altri»

## WHITNEY WOLFE HERD

### L'INCONTRO CON ANDREEV, MENTORE E AMICO

Whitney vuole creare un social network per donne, in cui ci si possa scambiare solo complimenti.

Lo vuole chiamare Merci. In maniera del tutto inaspettata, un giorno riceve una email da Andrey Andreev, l'imprenditore russo fondatore di Badoo, l'App di dating che si contende con Tinder la supremazia del mercato mondiale. Le dice di aver seguito i suoi progressi e che vuole incontrarla. Whitney è restia, è il suo fidanzato di allora a spingerla ("Quest'uomo ha costruito cose incredibili, perché almeno non senti quello che ha da dirti?"). È un tira e molla. Andrey vuole creare un'altra App di incontri, ma lei ha paura, è rimasta troppo scottata dall'esperienza precedente, preferisce rimanere sull'idea del social network. Andrey non molla e, dopo diverse insistenze, giungono a un compromesso: faranno un'App di dating che cerca di "proteggere" le donne, dando loro la possibilità di decidere se entrare o meno in contatto con l'altra persona. Inoltre, al raggiungimento di un certo numero di utenti, aggiungeranno le funzioni social, come Whitney richiede. A dicembre 2014 nasce Bumble, Whitney si trasferisce ad Austin dove si trovano gli uffici di MagicLab, la società di Andrey proprietaria oltre che di Badoo di altre due App di dating. La maggioranza delle quote della società sarà in capo ad Andrey, il 20% andrà a Whitney.

### IL MODELLO DI BUSINESS

Secondo uno studio dell'università di Stanford del 2017, il 39% delle coppie eterosessuali e il 65% di quelle omosessuali si incontra online. Lo dimostra il numero di App (circa 500) esistenti sul mercato, da quella che permette di vedere un solo profilo al giorno (Once, <https://>



© Casey Dunn



[getonce.com/it](https://getonce.com/it)) a quella che consente di rintracciare una persona vista casualmente per strada o al bar (Happn, [www.happn.com/it](http://www.happn.com/it)). Fino a quelle specifiche per coppie omosessuali (Grindr, [www.grindr.com](http://www.grindr.com) per i gay e Her, <https://weareher.com> per le lesbiche). Il mercato del dating online vale 23 miliardi di dollari, ma non è facile intraprendere (il 90% delle App fallisce).

### Come guadagna Bumble?

Attraverso un modello di business *freemium*: le funzionalità base sono gratuite, altre più specifiche a pagamento. Come SuperSwipe, che permette di far sapere a un altro utente che sei molto interessato a lui/lei. O Spotlight, che mette il tuo profilo in cima per farti notare da più persone. Due tipi di membership: Superboost, che ti consente di vedere tutti gli utenti che ti hanno scelto. E Premium, con tantissime altre funzionalità. Bumble comincia a monetizzare tramite la vendita di questi servizi solo nel 2016, e nel 2017 raggiunge 100 milioni di dollari di ricavi. Il suo focus rimane sempre quello di garantire la sicurezza alle donne.

# 100 milioni

numero utenti nel 2020  
(fonte: Business of Apps)

di cui

- 42 milioni utenti attivi.
- 1,2 milioni utenti Premium.

I NUMERI DI BUMBLE



150 Paesi in cui è disponibile.

800 milioni numero di match (incontri).

4 miliardi numero di swipe (trascinamenti delle foto a destra o a sinistra) totali dalla nascita di Bumble (fonte: business of Apps).



© Casey Dunn

700 numero di dipendenti.

5,8 miliardi di dollari: capitalizzazione di mercato al 15 giugno 2021.

## UN FINALE A SORPRESA

Ma non finisce qui. Un articolo di *Forbes*, pubblicato a luglio 2019, descrive diversi episodi di misoginia, razzismo e sessismo nella sede di Londra di Badoo, citando testimonianze di ex dipendenti. Allusioni, mailing list con nomi di pornostar, richieste di massaggi a candidati, festini a base di coca. La società è descritta come luogo "nocivo" per le donne. Le accuse non sempre riguardano Andrey, ma lui sapeva. Whitney si trova ancora una volta in una situazione difficile. "Andrey per lei era stato un mentore e un amico, ma le accuse contro di lui erano serie, e andavano contro tutto quello per cui Bumble si batteva" si legge su *Cnn Business*. Cosa succederà? Andrey vende MagicLab al fondo Blackstone per 3 miliardi di dollari e

Whitney diventa Ceo, a capo di un impero di più di 500 milioni di utenti attivi, che da quel momento cambierà nome in Bumble. Nel 2020 i ricavi di Bumble, che comprende le due App Bumble e Badoo, sono saliti a 337 milioni di dollari (+40% rispetto al 2019). La pandemia ha dato un'ulteriore spinta, con l'apertura verso nuove opzioni di incontro, come le videochiamate. Un soprannome di Whitney è la "Kill Bill" del mondo tech, riferendosi all'assassina del film di Tarantino che cerca il suo ex capo, mandante del massacro nel giorno del suo matrimonio. A noi piace di più paragonarla a una "Cenerentola del business", che in virtù dei suoi valori è riuscita a farcela.

270 milioni numero di persone che usano le App di dating nel mondo.

3 miliardi di dollari: ricavi totali delle App di incontri nel 2020 (fonte: Statista).

## IL DATING IN 3 APP



↳ LA PIÙ SCARICATA AL MONDO  
**Tinder**

Fondata nel 2012 da Justin Mateen, Sam Rad e Whitney Wolfe Herd, è l'App di dating più scaricata al mondo. Ha inventato il *match* (due persone possono entrare in contatto solo se sono entrambe interessate, cioè se hanno visto i reciproci profili e fatto *like* a quello dell'altro) e lo *swipe*, cioè la possibilità di trascinare a destra dello schermo i profili che piacciono e a sinistra quelli che si vuole scartare (*swipe right for yes, swipe left for no*). Disponibile in 190 Paesi, tradotta in più di 40 lingue, ha 66 milioni di iscritti in tutto il mondo (di cui 6,7 milioni paganti). Fa parte di Match Group, che comprende anche Match e Ok Cupid.



↳ L'ANTAGONISTA (MA NATA PRIMA)  
**Badoo**

Fondata da Andrey Andreev a Londra nel 2006 con l'intento di guadagnare clienti in Europa, era il social network più popolare quando Facebook ancora non era conosciuto in Italia. Ha saputo rinnovarsi ed emergere. È la seconda App di incontri più scaricata al mondo dopo Tinder (e prima di Bumble).



↳ L'EUROPEA  
**Meetic**

Fondata nel 2001 in Francia da Marc Simoncini, ha aperto la strada agli incontri online in Europa. È disponibile in 15 Paesi e 8 lingue. Sito di appuntamenti molto ben organizzato, mostra perlopiù i profili d'interesse in base ai criteri espressi.





## La maniacale attenzione per il dettaglio (e qualche consiglio di lettura per l'estate)

**V**i è mai capitato di arrabbiarvi per un dettaglio sbagliato? Il vostro nome scritto male in una email di accompagnamento, una sbavatura nel colore di una parete, una *slide* con un errore di stampa nel titolo. Probabilmente quando lo avrete fatto notare, sarete stati presi per maniaci della precisione. Se poi siete il committente di un lavoro, siate sicuri che se farete presente la cosa a colui che lo ha svolto, vi ritroverete con un fornitore o un collaboratore risentito, perché riterrà che il resto del lavoro sia perfetto e sia ingiusto soffermarsi su un piccolo dettaglio. Se vi siete trovati in una di queste situazioni, tranquilli: non siete maniaci. O forse sì, ma siete in ottima compagnia. Se provate infatti a sfogliare le biografie delle persone di successo, noterete che quasi sempre hanno un comportamento maniacale per la perfezione e i dettagli.

**Steve Jobs**, come leggiamo nel libro di Walter Isaacson, **pretendeva che i suoi prodotti fossero belli ed eleganti anche all'interno**. Sappiamo anche che solo i centri Apple erano autorizzati ad aprirli per le riparazioni, pena la decadenza della garanzia. Nella biografia di **Elon Musk** (*Elon Musk. Tesla, SpaceX e la sfida per un futuro fantastico*) si legge "Gli addetti al marketing [di Tesla] che commettevano errori di grammatica nelle email venivano licenziati". E, ancora, a proposito delle maniglie della Tesla S: "In quel primo prototipo le maniglie ruotavano anziché saltar fuori, ed Elon sbottò: «Perché sono diverse da come le volevamo? Non possiamo farle così!»".

A volte non è il fondatore a essere maniaci, ma qualcuno che lo affianca. **Jeff Johnson**, primo dipendente della Nike, che **si fermava spesso a dormire nella fabbrica di scarpe**. Lo stesso Phil Knight diceva "Quel perfezionista di Johnson come al solito non era contento..." (*L'arte della vittoria* di Phil Knight).



**Ma perché l'attenzione al dettaglio è così importante per il successo di un prodotto o servizio?** In fondo si tratta, appunto, di dettagli. Chi compra la Tesla non lo fa perché le maniglie saltano fuori dal profilo della portiera, chi compra Apple non apre i prodotti per guardare come sono fatti dentro. Così come chi viene ospite a casa vostra, non sposta i mobili per vedere se il muro è dipinto in maniera omogenea. **A mio parere ci sono due aspetti principali che ne rilevano l'importanza:**

**1/ Ogni persona, quindi ogni cliente, ha una diversa sensibilità e pone la sua attenzione su cose differenti.** Non possiamo sapere a priori che cosa lo colpirà e cosa lo farà propendere all'acquisto. Perciò tutto deve essere perfetto.

**2/ Un dettaglio non curato potrebbe rovinare tutto il prodotto o la sua funzionalità.** Pensate a un chirurgo che fa un'operazione e poi dimentica di chiudere un punto interno che ne provoca un'emorragia. O la funzionalità di un prodotto che non si usa mai, ma quando serve funziona male.

**Infine un consiglio per chi si trova a gestire o supervisionare un'attività: avendo evidenza di un dettaglio sbagliato potete essere certi che sia l'unico errore? Staticamente forse è così, ma in realtà viene a mancare la fiducia su tutto il lavoro svolto.**

Per questo motivo è importante che diate peso anche ai minimi dettagli.



**\* IL NOSTRO ESPERTO** Marco Nannini è Ceo di Impact Hub Milano, incubatore certificato, e senior advisor di FabriQ, l'Incubatore di Innovazione Sociale del Comune di Milano. È vicepresidente e fondatore di A4W, il primo gruppo di business angel di donne che investe in startup al femminile e presidente e fondatore di A4I, primo gruppo di business angel focalizzato sull'Impact investing. È stato socio e managing director di Italian Angels For Growth (IAG), primo gruppo italiano di business angels. È membro dell'Advisory Board Territoriale Lombardia di Unicredit e presidente dell'Associazione Riccardo Nannini.

L'ACADEMY  
CHE TI GUIDA  
VERSO IL FUTURO  
E TI INSEGNA  
COME AFFRONTARLO

# NON TUTTI I SOLDI FANNO RUMORE THE BLOCKCHAIN ACADEMY

ABBIAMO FORMATO GIÀ CENTINAIA DI PERSONE E RIUNITE MIGLIAIA IN **COMMUNITY**

NON ESSERE SPETTATORE  
ENTRA NEL FUTURO

SCARICA SUBITO GRATUITAMENTE  
LE NOSTRE CRYPTO PILLOLE



ANGELICA FINATTI  
DIRETTRICE THE BLOCKCHAIN ACADEMY



# La Silicon Valley e la sua (vera) geografia

Spesso citiamo la Silicon Valley senza che il nostro interlocutore abbia veramente chiaro di che luogo, nel dettaglio, stiamo parlando.

Da dove inizia e dove finisce la Silicon Valley? È tutta uguale, o alcune zone hanno particolarità rispetto ad altre?

L'origine del nome Silicon Valley viene attribuita a Don Hoefler che, nel gennaio del 1971, pubblicò un articolo sull'Electronics News riferendosi alla zona con questo nome (non lo inventò lui però, era già chiamata così informalmente). Il termine indica la zona tra Sunnyvale e Mountain View, precedentemente conosciuta come Santa Clara Valley, dove si stava raccogliendo un'alta concentrazione di startup tech che lavoravano su computer hardware e semiconduttori.

Silicon Valley

→ Silicio + Valle della contea di Santa Clara

Quando il focus della Silicon Valley si è spostato dall'hardware verso il software, i suoi confini hanno iniziato ad allargarsi fino a inglobare anche le due grandi città nella sua orbita: San Francisco, a nord (800mila abitanti) e San José, a sud (1 milione di abitanti). E fino a pochi anni fa questa era la definizione geografica di Silicon Valley più o meno condivisa da tutti.

Recentemente, negli ultimi 5-10 anni, la sua geografia è cambiata nuovamente.

Dopo l'hype di San Francisco e l'esplosione dei

costi degli affitti, molte startup e molti dipendenti si sono spostati verso le zone limitrofe.

La Silicon Valley si è quindi allargata a nord verso Berkeley e Oakland, a est, oltre la baia, da San Leandro a Fremont, a sud fino a Los Gatos, andando a sovrapporsi a quella che viene chiamata San Francisco Bay Area.

Questo approfondimento su come sia la divisione settoriale della varie zone è fondamentale da conoscere prima di venire in Silicon Valley. Quindi una volta tracciato il settore di vostro interesse, non vi resta che comprare il biglietto aereo per la vostra avventura.



#### \* I NOSTRI ESPERTI

Luigi Bajetti, *managing partner e co-founder di Lombardstreet Ventures, società di venture capital con sede nella Silicon Valley. Con più di 20 anni di esperienza nel tech, dal 2013 è investitore in startup nella Bay Area. Ha aperto a Menlo Park il primo Silicon Valley Italian Hub.*



Irene Mingozzi da oltre 10 anni gestisce programmi di innovazione e accelerazione in Italia, Europa, e Nord America. Ex direttrice del Silicon Valley Innovation Hub di ART-ER, ha supportato oltre 100 imprese italiane. Dal 2021 è entrata nel team di Lombardstreet Ventures, che ha fondato la community Silicon Valley Dojo.



## San Francisco

In città tutto è molto veloce ed è qui che di solito ha senso iniziare la vostra esplorazione. Qui si concentrano le startup con founder giovani, molto *early stage*, che hanno bisogno di tanto networking, eventi e meetup. Le startup riempiono i coworking del Financial District, tutti gli uffici delle principali *law firm* ne riempiono i grattacieli.



## South San Francisco

Scendendo verso sud si trova uno dei più importanti hub biotech degli States. Qui hanno sede, tra gli altri, Genentech e Jlabs (l'incubatore biotech di Johnson & Johnson). Se fate biotech questo è il posto per voi (dopo Boston forse).

## East Bay

Sempre più aziende che fanno hardware, in particolare stampa 3D, meccanica, o automotive (tutto ciò che richiede grandi metrature) hanno iniziato a spostarsi qui con l'aumento degli affitti nel resto della Bay Area, intorno al 2015, come per esempio la Tesla Factory a Fremont.



## Peninsula

Da San Mateo a Palo Alto (*borderline Mountain View*) c'è la Peninsula. Questo è il cuore della Silicon Valley. È dove si trovano tutte le sedi dei fondi di Venture Capital della Silicon Valley. Tante startup con founder un po' più adulti rispetto a San Francisco, con le idee più chiare e meno tempo da "spendere" in eventi.

## South Bay

Qui si concentrano molte delle Big Tech, soprattutto della *wave* precedente a Facebook: Cisco, Intel, Oracle. Attorno a Santa Clara hanno sede tutte le startup fondate dagli ex dipendenti delle società citate sopra, che di solito creano tech come security, cloud storage, componentistica, *enterprise technology* per poi rivenderle alle aziende che conoscono da dentro.



## Sogna, credici, realizza!

Alla Silicon Valley e a tutto quello che le startup e gli imprenditori italiani devono imparare è dedicato anche il libro di *Millionaire. Silicon Valley: sogna, credici, realizza* (Hoepli). Da non perdere, se volete sognare in grande.

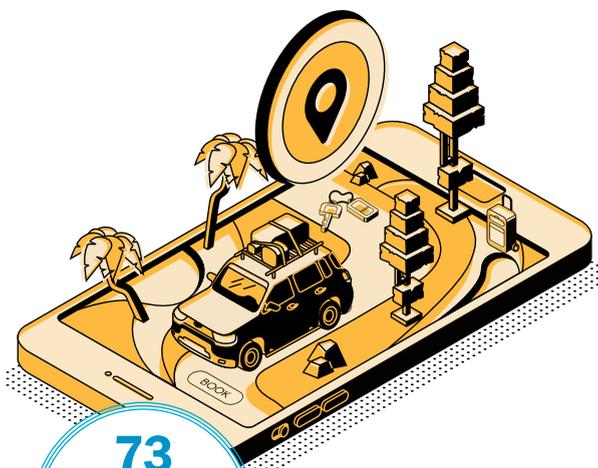


# Le startup turistiche fondamentali per la ripresa del settore

## Oggi più che mai

**N**ell'*annus horribilis* del turismo, forse il più difficile di sempre, il settore che vale circa 93 miliardi di euro, ovvero un'industria fondamentale per l'Italia, ha perso oltre 14 miliardi di euro.

Anche le startup-turismo, ovvero quelle le startup introdotte dal legislatore (con l'articolo 11 bis del Decreto legge 31 maggio 2014, n. 83) come figure speciali, hanno segnato una battuta d'arresto improvvisa. L'ultimo report del Mise, (ovvero primo trimestre 2021), indica 73 startup-turismo iscritte al Registro speciale delle imprese. Un numero che può sembrare ancora molto basso, ma non tutte quelle che operano nel settore vengono indicate necessariamente nella medesima categoria. Molte ricadono nelle categorie dei "servizi alle imprese", del "commercio" o dei "trasporti". Purtroppo il 50% di esse stima di aver dimezzato il proprio fatturato, mentre 1/3 stima una perdita subita del 75%. Ma, grazie al dinamismo tipico delle startup e grazie alla resilienza che tutto il comparto dell'innovazione ha dimostrato durante la pandemia, 2/3 ha sviluppato un nuovo prodotto o servizio e 1/3 ha compiuto un pivot. Sì, perché in questa fase di ripresa del Paese, le imprese innovative, più di altre società, si sono dimostrate capaci di cogliere nuovi bisogni, dare nuove risposte e creare nuove opportunità. E le startup turistiche hanno risposto positivamente a questa sfida. **Hanno creato soluzioni innovative sia per migliorare la experience dei turisti sia per migliorare l'operatività e la gestione delle attività degli operatori professionali.** Ecco, quindi, che tecnologie come realtà aumentata, realtà virtuale, intelligenza artificiale fanno ingresso massiccio anche nelle agenzie viaggi per creare l'ispirazione giusta al viaggio. Grazie a queste tecnologie, indossando un visore, il turista è proiettato nei luoghi dei desideri, ne assapora in anteprima qualche passaggio ed è pronto a partire. L'intelligenza artificiale permette di selezionare i dati, le opzioni possibili, per offrire al turista il miglior viaggio possibile. Soluzioni innovative

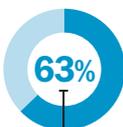

**73**

le startup turismo iscritte al Registro speciale delle Imprese\*.

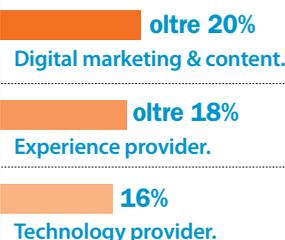
**DOVE HANNO SEDE**

Lombardia e Puglia (in crescita dopo gli investimenti negli ultimi anni sul turismo).

\*(fonte: report Mise, primo trimestre 2021)



Ha un modello di business misto, ovvero rivolto sia alle imprese (b2b) sia al turista (b2c).

**CHE SERVIZI OFFRONO**


Ha sviluppato un nuovo prodotto o servizio.

**1/3**

Ha compiuto un pivot.

permettono ai viaggiatori di organizzare la propria vacanza a prezzi vantaggiosi attraverso gift card scontate, oppure travelbond, o ancora travelcard garantite, tutti servizi figli di questa fase post Covid che stiamo vivendo. Sistemi di prenotazione digitale per spiagge e per luoghi di interesse artistico sono diventati fondamentali. Servizi di smart check-in/out consentono alle strutture ricettive di gestire l'accettazione dei clienti online. Anche **il comparto extra alberghiero**, ovvero quello legato al food, così come al transfer, che conta circa 200mila host privati e 20mila operatori professionali, si affida alle società innovative, anzi **gode di quasi il 70% delle nuove tecnologie proposte dalle startup del settore turistico.**

Un nuovo modo di fare turismo dunque, dove le vecchie pratiche e i vecchi modelli devono necessariamente abbracciare le nuove soluzioni ad alto valore tecnologico proposte dalle startup del settore che, quindi, diventano cruciali per la ripresa economica del Paese.



\* **LA NOSTRA ESPERTA** Cristina Crupi, avvocato, fondatrice dello studio legale Crupi & Associati, ha creato un dipartimento dedicato alle startup che riunisce tutte le figure professionali di cui un'impresa innovativa ha bisogno. Avete domande sugli aspetti legali e fiscali delle startup e pmi innovative? L'avvocato risponde ai lettori. Scrivete entro il 31 agosto a: esperto@millionaire.it, indicando nell'oggetto "startup".

## Per ripartire occorre ripensarsi

Personalizzare prodotti e servizi, il business, la relazione. La ripartenza dell'estate 2021 sarà nel segno dell'ascolto attivo. Due storie di grandi e piccoli brand che fanno la differenza

In queste prime settimane di inizio estate le soste negli autogrill italiani si sono moltiplicate. Il fenomeno è racchiuso in un nuovo panino dal titolo evocativo. Si chiama Wowburger e abbina sapori e ingredienti tutti vegetali. Nasce in collaborazione con Nestlé, che ha messo a disposizione la sua esperienza col brand Garden Gourmet, ma c'è anche la consulenza di Simone Salvini, chef stellato di Alta Cucina Vegetale, fiorentino di nascita, classe 1969, dal 2005 al 2011 al lavoro nella cucina del ristorante Joia di Pietro Leemann a Milano per il quale diventa chef executive, elaborando piatti vegetariani segnati da una stella Michelin. Nel nuovo panino, al posto del formaggio ci sono fettine fondenti a base di riso integrale germogliato e poi ancora insalata e una salsa di hummus di piselli dalla ricetta dello chef Salvini. Così il prodotto con pane alla curcuma e fatto con proteine vegetali, anziché intercettare soltanto la community (sempre più numerosa) di vegetariani e vegani, ha iniziato a ingolosire anche altre fasce di clientela. Un panino che diventa trendsetter: è la massima aspirazione per chi prova a innovare. Ecco allora che **per lasciare il segno in questo tempo di ripartenza occorre mettersi davvero in ascolto dei mercati, dei pubblici, dei tempi che cambiano. E cambiare!**



### L'innovazione è continua

«Quella in cui ci troviamo è una nuova era fondata sull'innovazione continua e la sola legge a regolarla è che nulla sarà mai più lo stesso. Da cosa sarà segnato questo futuro post-pandemia? Certamente dalla personalizzazione dell'offerta e del prodotto. **Le tecnologie diventano piattaforme abilitatrici.** Oggi nel nostro mondo vendiamo bevande in bottiglia, ma **domani il prodotto sarà sempre più disegnato sulle esigenze fisiche ed emotive di chi lo consuma.** Un gusto su misura, fortemente funzionale al proprio benessere. Perché abbiamo bisogno



Sebastiano, uno dei fratelli titolari del vivaio Le Georgiche.

di cose che servono» mi ha raccontato Mauro Porcini, in un'intervista che gli ho fatto per le pagine marketing del *Sole24Ore*. Porcini è un innovatore: dopo essere diventato il primo chief design officer di 3M, dal 2012 è senior vice-president e chief design officer di Pepsi.

### La virtù di essere agili

Ma questa sfida alla comprensione dei nuovi bisogni di un cliente che non è più solo a stretto appannaggio dei grandi. **Oggi dietro i prodotti e servizi che si vendono c'è un nuovo modo di pensare la relazione. Un'avventura che coinvolge tutti.** Lo abbiamo scritto tante volte su queste pagine: i global microbrand, quelli che secondo il pubblicitario inglese Hugh MacLeod hanno radici ben piantate nel proprio territorio, ma possono dialogare e vendere col resto del mondo, hanno un'arma in più nel riconvertire il proprio business, nell'orientare la bussola. **Quell'agilità è una virtù che va capitalizzata.** Così fa riflettere la storia del vivaio bresciano Le Georgiche che, nel tempo della pandemia, ha moltiplicato gli incontri online, trasformando il proprio spazio sui social una piazza di confronto, formazione, crescita, ben oltre la vendita. Quest'azienda, nata 40 anni fa a Calvisano, 8.000 anime nella Bassa bresciana, oggi è su *Venditapianteonline.it*. **«Sui social abbiamo provato a personalizzare le risposte.** Su Instagram ho spiegato i pidocchi delle rose o come avviene la fotosintesi clorofilliana. Abbiamo promosso azioni di giardinaggio, per esempio con i semi del pomodoro da far nascere nelle confezioni delle uova o in acqua».



\* **IL NOSTRO ESPERTO** Giampaolo Colletti è un manager e giornalista esperto di innovazione e digitale. Collabora col *Sole24Ore*. È fondatore della job-community dedicata ai lavoratori della rete *wwworers*. Ha scritto libri per Gruppo24Ore e Hoepli. È autore di *Spider Brand - I trenta superpoteri dei nuovi eroi del marketing*, edito da Egea, casa editrice dell'Università Bocconi.

Un'infermiera pediatrica è diventata consulente babywearing, operatrice di massaggio bioenergetico dolce, insegnante di massaggio infantile e consulente professionale in allattamento materno.

## Dalla parte di mamma e papà

**S**tefania Santella è moglie, mamma e professionista sanitario. Ha conseguito la laurea in infermieristica pediatrica presso l'università La Sapienza di Roma e preso servizio da subito presso l'ospedale pediatrico Bambin Gesù. Il contatto quotidiano con le mamme e i papà dei piccoli del reparto di chirurgia e terapia intensiva neonatale ha fatto nascere in lei l'esigenza di trovare più linguaggi per sostenere i genitori oltre alle rassicurazioni e le raccomandazioni mediche.

### **Stefania, come si è concretizzata questa esigenza?**

«Ho iniziato a specializzarmi diventando consulente babywearing, operatrice di massaggio bioenergetico dolce, insegnante di massaggio infantile e in ultimo, ma non per questo di minor importanza, sono lbclc, ossia consulente professionale in allattamento materno. Oggi svolgo la libera professione, presso il mio studio, a domicilio e in videoconsulenza».

### **Per scelta hai lasciato il Bambin Gesù di Roma.**

**Quali sono le motivazioni e gli obiettivi?** «Scelta travagliata e maturata negli anni, anche se il momento delle dimissioni è arrivato quasi in maniera inaspettata. Dopo la nascita delle mie due bambine ho provato con innumerevoli difficoltà a conciliare la vita da mamma a quella di infermiera turnista, purtroppo dovendomi riadattare totalmente a nuovi reparti e realtà lavorative per necessità dell'azienda. Una serie di vicissitudini, quali la mancata approvazione della trasformazione del mio contratto di lavoro da full time a part time, l'impossibilità di poter spendere le mie specializzazioni a servizio dell'ospedale, il vincolo di esclusività che impedisce al dipendente di prestare altro servizio al di fuori della propria struttura, mi hanno fatto capire che il momento di mettere fi-



**Stefania Santella**

ne a quel rapporto indeterminato era giunto: era arrivato il momento di lasciare alla porta quelle paure che non mi volevano vedere felice. Avendo fatto parte per più di un decennio di una realtà ospedaliera difficile, dove la cura di patologie molto complesse hanno la priorità sull'assistenza dei bambini, il mio obiettivo è dar voce al ripristino del naturale equilibrio fisiologico anche in presenza di patologia, aiutando e sostenendo quella famiglia a trovare la propria "normalità" e acquisire fiducia nelle proprie risorse e competenze».

### Ci spieghi la differenza tra patologia e fisiologia?

«La figura dell'infermiere non è connessa strettamente alla cura della patologia, situazione disfunzionale dell'organismo. Una delle principali attività a servizio del territorio e della comunità è l'educazione sanitaria, ovvero tutti quegli interventi di prevenzione delle malattie e degli incidenti. L'infermiere promuove, sostiene e garantisce la salute, diritto fondamentale dell'individuo e interesse dell'intera collettività. Non possiamo dimenticare che il periodo che va dal concepimento sino al secondo anno di vita del bambino, rappresenta una fase cruciale che pone le basi per il mantenimento della salute presente e futura dell'adulto che diventerà. Per questo sono una sostenitrice della catena calda dell'allattamento».

**In che cosa consiste?** «Per spiegarlo al meglio, cito un articolo apparso sul Lancet nel 1994 (J. Dobbing, "A warm chain for breastfeeding"). Nel saggio si



legge: "Se si rendesse disponibile un nuovo vaccino che prevenisse un milione o più di morti infantili all'anno, e che fosse oltretutto poco costoso, sicuro, somministrabile per bocca, e non richiedesse catena del freddo, diventerebbe immediatamente un imperativo di salute pubblica. L'allattamento al seno può fare questo e altro, ma richiede una sua catena calda di sostegno, e cioè assistenza competente alle madri perché possano avere fiducia in se stesse e per mostrare loro cosa fare, e protezione da pratiche dannose. Se questa catena calda si è persa nella nostra cultura, o ha dei difetti, è giunto il tempo di farla funzionare».

### Come la pandemia ha cambiato la tua professione?

«La fruizione dei miei servizi è stata prevalentemente online. Per le consulenze di allattamento, quando le distanze sono eccessive per incontrarsi di persona, la videoconsulenza era già un setting utilizzato. Con il distanziamento sociale è stato necessario. Nonostante la tecnologia non riesca a sostituire il contatto e i gesti di accompagnamento che avvengono durante una consulenza di persona, è stata ed è tuttora un ottimo mezzo per risolvere problemi anche complessi, impostando una relazione di aiuto tramite informazioni e spiegazioni, esempi e dimostrazioni visive che possano risuonare a quella triade. Il corso di massaggio infantile in incontri online in diretta per esempio, ha permesso alle famiglie di fare rete tra loro e non sentirsi abbandonati in un periodo così sensibile come il post-nascita, vissuto in piena pandemia».

### **ALLATTAMENTO: LIBRETTO DI ISTRUZIONI**

«Seguo la coppia mamma-bambino da prima della nascita fino a quando l'allattamento giunge al termine, offrendo supporto non solo qualora si presentassero difficoltà (ragadi, ingorghi, pianto inconsolabile o sonno perduto), ma anche per un confronto basato sulle evidenze scientifiche più aggiornate in materia, su tematiche relative alla gestione dell'allattamento durante il rientro a lavoro della madre o la nascita di un fratellino. Insegnare ai genitori a portare il loro piccolo "cuore a cuore" è consegnare il libretto di istruzioni di uno strumento pratico di facilitazione dell'allattamento e capace di ricreare un ambiente simile a quello del grembo materno. Abbracciato dai genitori, il neonato ritrova il suo habitat naturale, percepisce il calore, l'odore e i rumori a lui familiari (respiro, battito cardiaco...) e sperimentando così contenimento, protezione e sicurezza. L'esigenza del contatto è un bisogno istintivo e ancestrale, la cui soddisfazione per il neonato è estremamente importante. Tutto diventa nutrimento che passa dal contatto pelle a pelle, al tocco e al movimento delle mani del massaggio infantile, che attraverso gesti delicati parla la lingua dell'amore apportando benefici non solo sul rafforzamento della relazione genitoriale, ma sullo sviluppo e sulla maturazione del bambino a livello fisico, psicologico ed emotivo».



**Stefania Santella**  
infermiera pediatrica



+393899899584

[www.stefaniasantella.com](http://www.stefaniasantella.com)

[info@stefaniasantella.com](mailto:info@stefaniasantella.com)

# APRI LA TUA AGENZIA



A partire da 7.000 Euro ed un  
**PACCHETTO CLIENTI mensile GARANTITO**

Con il nostro metodo CAI la tua agenzia sarà **autonoma** ed in grado di **essere subito operativa** grazie al nostro **STARTER PACK**:

- Kit d'ingresso (modulistica contratti, cancelleria, materiale comunicativo)
- Formazione
- Marketing e pubblicità
- Costante assistenza tecnica, legale e commerciale
- Software all'avanguardia di gestione e ricerca immobili all'asta

Info **331 126 70 71** Anche 

[retail@caiateimmobiliari.com](mailto:retail@caiateimmobiliari.com)  
[www.caiasteimmobiliari.com](http://www.caiasteimmobiliari.com)

**Chi siamo**  
 **CONSULENZE  
ASTE  
IMMOBILIARI**

CAI è il retail che permette e tutti coloro che cercano casa in asta di realizzare un acquisto/investimento a risparmio garantito offrendo consulenza tecnico/legale a 360° su tutte le procedure fallimentari e assicurando acquisti di immobili a forte sconto con possibilità di ristrutturazioni chiavi in mano.

 [caiconsulenzeasteimmobiliari](https://www.facebook.com/caiconsulenzeasteimmobiliari)

 [@cai\\_consulenzeasteimmobiliari](https://www.instagram.com/cai_consulenzeasteimmobiliari)

Collabora con noi per realizzare il **sogno** di formare la **più grande rete retail in Italia** per consulenza di aste immobiliari. **SCEGLI CAI.**

# m → STAR BRAND

Intera sezione a  
cura della divisione  
Marketing &  
Promotion

STORIE DI IMPRENDITORI, MANAGER E MARCHI VINCENTI

Leonardo Leone → <b>Fare impresa oggi in Italia... è possibile!</b>	pag. 142
Fiore Real Estate → <b>Il profumo del business immobiliare</b>	pag. 146
Sun Tzu → <b>Il gusto di fare impresa, pensando in grande</b>	pag. 150
NoMasVello → <b>C'è luce (pulsata e laser) oltre il Covid</b>	pag. 154

## Uomini & aziende



STORIE DI  
IMPRESE ITALIANE  
RACCONTATE  
DA CHI CI HA  
SEMPRE CREDUTO.



# Fare impresa oggi in Italia... è possibile!

Ce lo spiega un imprenditore partito dal nulla, che ha raggiunto i suoi obiettivi solo grazie a impegno e dedizione. Imprenditore e formatore oggi a capo di oltre 30 aziende con più di 350 dipendenti e oltre 1.000 collaboratori, in 5 settori merceologici diversi.



**P**iù di un secolo fa negli Stati Uniti è stata costruita la figura del *self-made man*, legata a doppio filo al sogno americano che rappresentava l'uomo che si è fatto letteralmente da solo, arrivando con fatica al successo. Da Benjamin Franklin passando per John Rockefeller fino ad arrivare al contemporaneo Elon Musk. Figure iconiche che hanno contato prima di tutto su loro stessi, fino a raggiungere traguardi impensabili. In chiave italiana, a tali esempi si è sicuramente ispirato Leonardo Leone, imprenditore a 360° che dalle case popolari del quartiere Trullo a Roma, con una difficile storia personale alle spalle, è riuscito ad avere un ruolo importante nel mondo dell'imprenditoria. Dall'elaborazione di strategie commerciali per società per azioni, alla formazione, dalla ristorazione al settore dell'estetica fino ad arrivare al settore immobiliare e molto altro, Leonardo Leone è



Leonardo Leone



un vulcano di idee, sono davvero tanti gli ambiti nei quali si destreggia con eccellente profitto.

Lo abbiamo raggiunto per cercare di scoprire tutti i segreti di un uomo che incarna perfettamente il significato della frase *Per aspera ad astra*.

### Dove inizia la storia di Leonardo Leone?

«Può sembrarti incredibile, ma è cominciato tutto dal dolore e dalla frustrazione. Da quando avevo 8 anni, momento in cui mia madre andò via di casa, ho provato momenti di forte dolore, solitudine e paura.

Credo che ognuno abbia avuto i propri "dolori", ma io credo di averli vissuti in maniera molto intensa, soprattutto quando i problemi andavano a sommarsi.

La mia estrema insicurezza mi faceva sentire vulnerabile e non all'altezza, mi ha guidato tra un fallimento e l'altro fino all'età di 19 anni.

Facevo 3 lavori contemporaneamente e comunque non riuscivo ad arrivare a fine mese, le storie d'amore si concludevano tutte con una forte delusione, non parlavo con mia madre da più di 10 anni, non andavo d'accordo con mio padre, avevo pochi amici e difficoltà relazionali».

### E poi cos'è successo?

«E poi un giorno toccai il fondo e questo mi portò a fare una riflessione che non avevo mai fatto prima di allora.

### Quale?

«Mi sono chiesto se la vita fosse così brutta per tutti, senza amore, soldi, famiglia e soddisfazione. La risposta che mi diedi in quel momento di lucidità fu determinante: "No". Alcune persone vivevano il paradiso in questa terra.

Cosa differenzia, quindi, una persona di successo da una che non ce la fa? Mi capitò sott'occhio un famoso calciatore con una storia simile alla mia e mi domandai: "Perché lui è riuscito a venire fuori alla grande e io sono qui che voglio farla finita?". Da quel momento in poi ho cambiato completamente rotta, lasciando i miei lavoretti, mi sono rimboccato le maniche e ho iniziato come agente immobiliare».

### Qual è stata la tua prima attività imprenditoriale?

«Un centro estetico, che fallì dopo pochi mesi che lo avevo rilevato. Non conoscevo il settore e non ne sapevo nulla di gestione d'impresa. Ci misi quasi due anni per ripagare i debiti, grazie alla vendita di prodotti e macchinari nell'estetica.

Quel fallimento mi insegnò quanto può costare l'impreparazione e gli anni successivi mi prepararono a vincere. Vedevo miei clienti prosperare e altri sull'orlo del fallimento, presi molti appunti che diventarono poi le mie dispense. Una volta diventato abbastanza ricco di informazioni, riaprii il mio negozio, che in pochi mesi ebbe un grande successo e da lì iniziai proprio a cercare negozi chiusi o in procinto di fallire. Diventò per me un grande business rilevare centri, avviarli e venderli con margini molto alti».

### È stata questa la svolta che ti ha fatto prendere la decisione di entrare nel mondo della formazione?

«In realtà ci sono entrato senza nemmeno rendermene conto. Lo switch tra il formare dei collaboratori ad aiutare miei clienti è stato impercettibile.

Realmente il passaggio che mi ha portato a essere un formatore nel panorama italiano è stata una crisi personale nel 2017, avevo tutto quello che desideravo, ma andavo a dormire insoddisfatto. Questo mi fece entrare in un loop ➡



«Ebbi una crisi personale nel 2017, avevo tutto quello che desideravo, ma andavo a dormire insoddisfatto. In sintesi scoprii che nel profondo ciò che mi mancava di più era il continuare a migliorare le cose»

➔ di frustrazione, ansia e confusione così forte che mi allontanai anche dalla mia famiglia per comprendere cosa non stesse funzionando. In sintesi, scoprii che nel profondo ciò che mi mancava di più era il continuare a migliorare le cose. Dopo aver migliorato la mia situazione, quella della mia famiglia, dei miei collaboratori e dei miei clienti, nel profondo sentivo di avere il desiderio di allungare la mano anche a tutti quelli che cercavano soluzioni, anche se non vicini a me. Iniziai a fare dei video su Facebook e quello che è successo dopo è stato incredibile. Organizzai un tour e le persone che venivano ai miei eventi mi ringraziavano, mi chiedevano come fare per avviare la loro attività, volevano consigli sul *mindset* da adottare. Lì ho capito che c'era bisogno di organizzare e processare tutte quelle informazioni in un percorso. Anzi, più di uno».

### Sei anche un prolifico scrittore di libri e saggi...

«In questo momento sto scrivendo il mio quarto libro, che probabilmente vedrà la luce il prossimo anno. Ho scritto *Io creo il mio successo*, bestseller incentrato sull'evoluzione personale, *La disoccupazione non esiste*, che tratta il tema del lavoro in Italia e *L'arte di far vincere un'impresa*, in cui si parla di aziende. Cerco di spaziare negli argomenti di mia competenza quando scrivo, mi piace dare il mio contributo sia come imprenditore sia come formatore».

### Parlaci del Leonardo formatore.

«Non esiste una netta distinzione tra Leonardo "imprenditore" e Leonardo

"formatore" da parte mia. Semplicemente perché nei miei percorsi vado a ripercorrere quella che è stata la mia esperienza diretta, nella vita e nel business, trasferendo gioie e dolori, vittorie ed errori pagati a caro prezzo nel corso degli ultimi 20 anni.

Chi partecipa a un mio percorso riceve nozioni pratiche e ha la possibilità di imparare dai miei sbagli del passato. Come accennavo prima, il mio inizio non è stato tutto rose e fiori, sono felice di poter evitare le difficoltà a chiunque si approcci oggi all'imprenditoria».

### Si è da poco svolta la quarta edizione di *Io Creo Il Mio Destino* evento al quale hanno partecipato 2.000 persone, cosa ci dici a tal proposito?

«Abbiamo fatto registrare il tutto esaurito, assecondando i limiti della sala dovuti alle restrizioni per l'emergenza in corso. Da quel che si dice, è stato l'evento di formazione più grande in Europa dopo il *lockdown*. Nel passato in tanti mi hanno dato del pazzo, ma sono contento di come si è evoluto questo percorso. In questo momento storico le persone hanno bisogno di recuperare parecchia fiducia in sé, autostima, socialità, oltre agli strumenti per ottenere di più con il minor sforzo.

È emozionante inoltre vedere come molti riescano nel breve tempo a stravolgere la loro vita in meglio, nonostante gli infruttuosi tentativi passati. Questa credo sia la mia più grande ricompensa e il motivo principale per cui ho deciso di dedicare gran parte del mio tempo a questo».

### Ritieni importante l'impatto sociale degli eventi *live*?

«Il metodo che illustro a *Io Creo Il Mio Destino*, che ho chiamato SPEM, è dinamico ed è proprio per questo che non ho mai accettato di svolgere il percorso online. Oltre quello che vediamo, esiste un mondo invisibile, fatto di energia. Essere tutti insieme a fare un lavoro profondo con lo stesso obiettivo crea una spinta fuori dal razionale».

### Quali sono i tuoi obiettivi futuri?

«Portare le informazioni che danno "potere" alla portata di tutti, le persone oltre la fatica del loro lavoro prediligono soprattutto l'intrattenimento, il calcio, la tv, le serie e social e questo per me crea una trappola perfetta. L'intrattenimento va anche bene, se preso nelle giuste dosi e dopo aver appreso ogni giorno qualcosa di utile al miglioramento personale e della propria vita. Riempirò uno stadio pieno di persone che hanno deciso di tifare prima per loro stessi e poi per gli altri. Questo è il mio scopo».

INFO: [www.leonardoleone.it](http://www.leonardoleone.it)

# WEBINAR

## NON SMETTERE

## MAI DI IMPARARE

(ARRIVANO I CORSI DI MILLIONAIRE)



**1** Vuoi imparare qualcosa di nuovo?

**2** Vuoi capire come sfruttare i social per fare business?

**3** Vuoi migliorare le tue competenze di marketing, imprenditoria e innovazione?

**4** Segui i webinar di Millionaire.

**5** Utili, pratici e comodi:  
li puoi seguire quando vuoi e dove vuoi.

**PER INFO** SUL CALENDARIO DI SEMINARI E CORSI DI FORMAZIONE ONLINE  
ORGANIZZATI DA MILLIONAIRE CON PROFESSIONISTI ECCELLENTI SELEZIONATI PER VOI,  
**SCRIVI A:** [corsi@millionaire.it](mailto:corsi@millionaire.it)



# Il profumo del business immobiliare

Ricerca immobili, assistenza giuridica, valutazioni, intermediazione, occasioni di investimento. Sono gli ambiti operativi di un'azienda di intermediazione immobiliare, in continua espansione, creata da un'imprenditrice romana.

**A** volte i periodi di crisi possono trasformarsi in opportunità di crescita per le aziende che sanno leggere il mercato e i suoi cambiamenti. Il settore immobiliare è molto rappresentativo in tal senso, nel corso di quest'ultimo anno ha visto infatti un rimescolamento delle carte in gioco. Chi ha saputo interpretare il sentimento del mercato in questione e le necessità dei suoi clienti, trasformandole in opportunità di sviluppo

proiettate verso il futuro, è Lucia Marini, imprenditrice che da 15 anni è alla guida di Fiore Real Estate, azienda di intermediazione immobiliare da lei creata, cresciuta molto negli ultimi mesi. Marini è riuscita a fondere competenze, consulenza completa e conoscenza del territorio nella sua azienda. Fiore Real Estate affianca privati e aziende nella ricerca di opportunità nel mondo del mercato immobiliare. Operante principalmente



Lucia Marini



Spazi della Fiore Real Estate nelle strade della Capitale. Qui ci troviamo in via Nazionale.

nell'area metropolitana di Roma, Fiore Real Estate è composta da professionisti con profonde *expertise* nei settori: retail, direzionale, dismissioni, residenziale. Una piacevole chiacchierata con Lucia Marini ci ha permesso di conoscere meglio questa bella realtà imprenditoriale a tinte rosa.

### **Buongiorno Lucia, da dove sei partita quando hai fondato Fiore Real Estate 15 anni fa?**

«Da un bar. E non perché passassi il mio tempo libero a bere spritz con i clienti. Quando decisi di diventare imprenditrice e fondare un'agenzia immobiliare tutta mia, non potevo permettermi un bell'ufficio in centro come quello in cui sono oggi. E così chiesi a un amico se era possibile prendere in affitto una parte del suo locale, un bar appunto. Mi occupai in prima persona del frazionamento dell'immobile e con un collega decidemmo di dividere le spese di affitto. È lì che è nata la Fiore Real Estate».

### **Imprenditrice e mamma di 3 figli. Come riesci a conciliare tutto?**

«Non è facile, sono onesta. Conciliare i tanti impegni di lavoro con la gestione di una casa e della famiglia è una sfida quotidiana. Fortunatamente ho avuto un ottimo esempio: anche mia madre è imprenditrice e io sono cresciuta guar-

dandola destreggiarsi fra il business e l'attività domestica. Lei è l'esempio concreto che il detto "volere è potere" non è solo un modo di dire.

### **Cosa consigli alle giovani donne che oggi vorrebbero avviare un'impresa senza rinunciare alla famiglia?**

«Dico loro: provateci. Conciliare l'attività di imprenditrice con il ruolo di mamma si può. Certo, non va sempre tutto liscio. Nel mio caso le recite scolastiche dei bambini coincidono sempre con i rogiti più importanti, sono sempre di corsa e non riesco a star dietro al gruppo WhatsApp della classe. Per non parlare del pregiudizio che molti nel mio settore nutrono verso una donna in un mondo prevalentemente maschile. Ma questo non mi scoraggia: come un'alchimista, tengo tutto in un delicato equilibrio. E ho un marito meraviglioso che mi supporta e mi sopporta».

### **Quali sono i servizi che offrite ai clienti?**

«Sono tanti, ma quello che davvero offriamo ai nostri clienti è una soluzione. Anzi soluzioni: su misura e personalizzate, perché le esigenze dei clienti sono sempre diverse, uniche. Fiore Real Estate è la chiave che apre opportunità al business dei nostri investitori. Noi ad

esempio siamo in grado di garantire ai nostri clienti una rendita fino al 10% sui locali commerciali messi a reddito. Per quanto riguarda il mercato residenziale, molti clienti, grazie alla nostra consulenza, possono acquistare un appartamento, frazionarlo e rivenderlo, ottenendo un importante guadagno. O metterlo a reddito. Pensiamo a tutto noi e offriamo un servizio chiavi in mano: dall'interior design all'arredamento. Grazie alla collaborazione con importanti aziende di design valorizziamo l'immobile per piazzarlo sul mercato nel modo migliore possibile e concludere l'operazione velocemente».

### **Come hai vissuto il periodo pandemico?**

«Come tutti, all'inizio della pandemia ero spaventata. Nessuno di noi sapeva quando e come ne saremmo usciti. Nessuno sapeva come avrebbe reagito il mercato. Il *lockdown* ha generato il rallentamento e in alcuni casi il congelamento di molte attività, ci ha imposto uno stop di alcune settimane. Ma dopo un primo momento di shock ci siamo rimessi in pista, anche grazie all'utilizzo del digitale: abbiamo proposto visite virtuali, prodotto rendering per mostrare nel dettaglio le nostre opportunità immobiliari, abbiamo creato contenuti social, comunicato con i nostri clienti attraverso *direct mail*, organizzato appuntamenti *one to one* virtual- ➔

«Potremmo essere  
“la migliore opportunità  
immobiliare” per  
un grande investitore»



Lucia Marini davanti allo spazio Fiore di piazza San Lorenzo in Lucina.

➔ li per richieste e consulenza. Usciti dal lockdown, avevo una lista di attesa lunghissima di persone interessate a visionare e valutare i nostri immobili. I miei clienti hanno capito che quello era il momento giusto per investire nell'immobiliare. Inoltre tanti risparmiatori hanno approfittato dei tassi dei mutui ai minimi storici per comprare casa ai propri figli o come investimento. Fiore Real Estate è cresciuta moltissimo proprio nei 12 mesi che immaginavamo più difficili».

### Come si differenzia Fiore Real Estate dalla concorrenza?

«Noi non siamo una classica agenzia immobiliare. Non abbiamo un ufficio su strada e incontriamo i nostri clienti solo su appuntamento. Il nostro segmento di mercato è medio-alto, siamo molto competenti nel settore retail e direzionale, specializzazione che poche agenzie possono vantare qui a Roma. Da anni siamo il punto di riferimento di enti e fondi immobiliari, cui offriamo un portfolio clienti estremamente selezionato. Fra i nostri servizi ci sono progettazione e ristrutturazione, grazie alla presenza nel team di un architetto immobiliare. Un altro aspetto che ci distingue dai nostri competitor è l'affiancamento del cliente nella fase di sviluppo del progetto e in quella della consulenza finanziaria. Siamo in grado di garantire un servizio completo e integrato».

### Dal 2011 gestite la cosiddetta “doppia vendita”, di cosa si tratta?

«È una delle nostre specializzazioni. Ci occupiamo infatti di dismissioni di enti e posso dire con certezza che a Roma siamo

l'agenzia più esperta in questo settore. Grazie alla “doppia vendita” permettiamo ai nostri clienti di comprare a un prezzo molto vantaggioso, da un avente diritto, un immobile proveniente appunto da una dismissione, facendo un doppio rogito nell'arco di poche ore».

### Qual è la vostra maggiore capacità operativa?

«Gestiamo intermediazioni immobiliari in tutto il territorio metropolitano di Roma, anche in provincia. La nostra agenzia è apprezzata e per questo veniamo spesso “subappaltati” da grandi agenzie che nella capitale non hanno un'adeguata struttura organizzativa: gestiamo i loro immobili, ne sviluppiamo il marketing, ne gestiamo la vendita commerciale fino ad arrivare al rogito finale».

### Cosa serve per emergere in un mercato immobiliare complesso come quello di Roma?

«La conoscenza prima di tutto. Per lavorare bene in questa città devi conoscere il territorio e le dinamiche di una realtà che, al contrario di come spesso si immagina, è molto peculiare, soprattutto per quanto riguarda il retail, un settore che è gestito da una cerchia ristretta di addetti che da generazioni presidiano questo segmento. Io sono nata e cresciuta in questo mondo e negli anni mi sono dimostrata affidabile, competente e precisa, guadagnandomi una certa autorevolezza. Lo dimostra la fiducia che ogni giorno, in questa città, mi viene accordata da clienti privati, enti, fondi, sviluppatori immobiliari e costruttori».

### Quali risultati avete raggiunto, cosa ti aspetti dal futuro e quali sono le tue mire?

«Sono molti gli investitori, anche di livello internazionale, che da anni ormai si affidano alla nostra consulenza, permettendoci di gestire le loro proprietà. Siamo inoltre partner di importanti fondi di investimento come Casavo, il primo *instant buyer* d'Italia che compra, ristruttura e rivende. Gestiamo immobili di lusso, ma anche frazionamenti di palazzine. Siamo cresciuti come fatturato e struttura: la squadra diventa sempre più grande e coesa e questo ci permette di gestire una quantità via via maggiore di immobili, mantenendo lo stesso livello di qualità. Il mio obiettivo è proseguire nella crescita aziendale, migliorare sempre più un ambiente professionale già stimolante e lavorare con clienti che condividano la nostra visione imprenditoriale. Questa azienda ha ancora enorme potenziale da esprimere ed è quello che intendo fare nei prossimi anni, impiegare tale potenziale. Magari servendoci di un acceleratore di impresa che creda nel progetto e velocizzi il processo di espansione dell'azienda. Dopo 15 anni in cui ho costruito da sola questa azienda, la possibilità di farci accompagnare da una realtà imprenditoriale specializzata nella crescita aziendale è senza dubbio intrigante. Potremmo essere “la migliore opportunità immobiliare” per un grande investitore».

INFO: tel. 06 81152795  
[www.fiore realestate.it](http://www.fiore realestate.it)  
info@fiore realestate.it

# SCOPRI IL SITO DI MILLIONAIRE

millionaire.it



**millionaire.it**

è il sito della rivista Millionaire.

Ogni giorno ti raccontiamo di nuovi business,  
da quelli più tradizionali ai più innovativi.

Grandi storie di imprese italiane e straniere.

Nuove idee di startup giovani e innovative.

Cosa aspetti? Inquadra il qr code

con il tuo cellulare ed [entra in Millionaire.it](https://www.millionaire.it)

INQUADRA IL QR CODE



E CONNETTITI

SEGUICI ANCHE QUI





Un'impresa tridimensionale nell'ambito della ristorazione. Alla sua guida, un giovane imprenditore milanese che ha fatto della consapevolezza delle proprie capacità e della resilienza e i suoi principi cardine. Prossimo passo: un accordo con un'altra società per crescere.

# Il gusto di fare impresa, pensando in grande

**H**a solo 28 anni, ma Edoardo Maggiori può già essere considerato un imprenditore di lungo corso, vista l'esperienza accumulata nel corso degli anni, in grado di creare una realtà di particolare rilevanza nell'ambito della ristorazione. Nonostante la giovane età, ha già alle spalle una lunga storia professionale, che ha visto momenti bui e difficili dai quali è uscito rafforzato negli intenti, affinando la sua attitudine professionale. Un bell'esempio di come, se armati di determinazione e preparazione, le difficoltà possano essere messe alle spalle. Lo spunto per il nome della società viene dal Celeste Impero, l'azienda di Maggiori prende infatti il

nome di Sun Tzu, che si declina a sua volta in 3 differenti brand: La Filetteria Italiana, Magnaki e Nuda e Cruda. Tutti e 3 hanno la carne come centro dell'attività, proposta in modi e lavorazioni differenti. Nel 2020 è partito un ambizioso progetto di espansione in franchising. E ora il grande salto, grazie all'accordo che Sun Tzu ha stipulato con WM Capital, società specializzata nel Business Format Franchising che promuove la crescita delle imprese attraverso lo sviluppo di sistemi a rete in Italia e all'estero. Una chiacchierata con il Cfo Andrea Lupo ci ha fatto conoscere meglio questo accordo che proietta nuovi scenari per il futuro di Sun Tzu.



Andrea Lupo, Cfo del gruppo Sun Tzu.



Nelle foto, qui a sinistra e nella pagina accanto, gli interni de La Filetteria Italiana. Sopra, una sala di Magnaki.

### **Partiamo dalla notizia più d'attualità, l'accordo di Sun Tzu con WM Capital per la creazione e lo sviluppo di nuovi business. Ci puoi spiegare nel dettaglio in cosa consiste questa importante collaborazione?**

«Con piacere. La collaborazione consiste nel supporto completo finalizzato all'implementazione di 3 format franchising differenti, uno per ciascuno dei brand menzionati. Nello specifico sarà svolta l'analisi del panorama competitivo, lo studio del business model e dei suoi aspetti quantitativi, la definizione dei principali elementi tecnici caratterizzanti i tre format, gli aspetti legali connessi, oltre a strumenti di comunicazione e marketing. Tutto ciò ci ha invogliato a condividere un percorso che ci vedrà impegnati almeno per tutto il 2021 nello sviluppo franchising sul mercato italiano, rampa di lancio e testing per il mercato estero».

### **Quali sono gli obiettivi che vi prefiggete con questo nuovo passo?**

«L'obiettivo del nostro Gruppo è quello di portare avanti il nostro piano di sviluppo, passo dopo passo, migliorandolo nonostante le difficoltà causate dalla pandemia, con l'ottica di creare valore per la nostra azienda.

Il primo passo, in tal senso, verte sulla centralizzazione dei processi di acquisto, di marketing, di design dello store e del prodotto e manualizzazione di tutti le procedure interne ai punti vendita. Questo ci consente di garantire ai nostri affiliati una sicurezza nell'inizio della collaborazione con noi, con la tranquillità di un appoggio affidabile di settore che sinergicamente supporta lo sviluppo».

### **C'è in programma un piano di espansione all'estero?**

«Assolutamente sì! Abbiamo in programma di aprire punti vendita dei nostri

brand nelle principali capitali europee. Dopo aver concluso le aperture dirette in Italia, nelle città di Roma e Torino, le nostre attenzioni si concentreranno su Londra, una delle città più importanti del Vecchio continente. Siamo entusiasti all'idea di esportare i format in un centro culturale ed economico tanto importante a livello mondiale, con la concreta possibilità di soddisfare una sempre più vasta clientela internazionale. Essendo molto confidenti nella forza dei nostri brand, dopo Londra avverranno le aperture anche a Parigi, Monaco, Praga, Copenhagen, Budapest e Dubai».

### **Cosa rappresenterà il 2021 per voi alla luce di questo nuovo progetto?**

«Senza dubbio chiunque avrebbe sperato in un inizio 2021 migliore, quasi dimenticandosi di tutto ciò che è accaduto nel 2020. Purtroppo, come tutti sappiamo, non è andata come desideravamo. Noi però non ci siamo demoralizzati e abbiamo deciso di dedicare le nostre attenzioni alla creazione di 8 *virtual brand*, esistenti appunto solamente sulle principali piattaforme di delivery. Nel frattempo, non ci siamo fermati in merito allo sviluppo dei ristoranti fisici. Non appena sarà infatti possibile riaprire al pubblico, ci faremo trovare pronti ad aprire diversi punti vendita sia a Milano sia a Torino. Siamo molto fiduciosi del fatto che quest'anno riusciremo a raggiungere risultati più che dignitosi.»

➔ **Qual è il percorso che porta alla tua collaborazione professionale con Edoardo?**

«Nel 2019, quando ancora esisteva un solo ristorante, Filetteria, Edoardo decise di intraprendere il processo di espansione. Recatosi a una boutique finanziaria per strutturare operazioni di M&A, si rese subito conto di aver bisogno di un aiuto per poter seguire finanziariamente tutto il processo. Così sono entrato in gioco io e insieme abbiamo iniziato il piano di sviluppo della catena. Mi ricordo che ero al mare, nel mese di luglio, quando ho ricevuto la chiamata di Edoardo che mi disse: "Qui ormai non capisco più niente" e mi propose di entrare a far parte della sua azienda. Qualche giorno dopo ci siamo incontrati a Milano, dove mi ha spiegato il suo progetto che ho da subito condiviso. I nostri percorsi erano differenti, lui imprenditore ormai da tempo e io, che mi ero spostato all'estero per approfondire studi di natura economica e finanziaria, lavorando poi in grandi aziende, la sinergia è stata immediatamente visibile e proficua, abbiamo ricominciato a lavorare insieme dopo un rapporto di amicizia che era iniziato ben 10 anni prima e imparando dall'altro colmando il gap che ci divideva, arricchendo le nostre reciproche competenze».

**Nel 2020 durante la pandemia avete avviato un nuovo format, Magnaki, una sorta di incontro tra culture culinarie...**

«Esatto, il primo Magnaki è nato nel maggio 2020. Da qualche tempo avevamo in mente di affiancare a La Filetteria un altro brand che potesse essere allo stesso tempo apprezzato dalla clientela e con degli Indicatori chiave di prestazione diversi, forse anche più profittevoli, scalabile e replicabile. La creazione di un format a base di sushi di carne ci sembrò l'idea vincente grazie al conu-



**«Apriremo punti vendita dei nostri brand nelle principali capitali europee. Dopo le aperture dirette in Italia, a Roma e Torino, le nostre attenzioni si concentreranno su Londra. Dopo avverranno le aperture anche a Parigi, Monaco, Praga, Copenhagen, Budapest e Dubai»**

bio di due fattori: 1. Il concetto di sushi, molto amato dalla clientela odierna. 2. Il raggiungimento di economie di scopo. Infatti, avendo già a che fare con la lavorazione e vendita della carne nelle filetterie, era conveniente creare un format che utilizzasse materie prime simili o derivate».

**In che modo la pandemia ha impattato sulla tua azienda e come vedi il futuro per il vostro settore così colpito?**

«Abbiamo immediatamente reagito, iniziando a costruire una struttura adeguata per la nuova configurazione di mercato. Inizialmente analizzando i nuovi fattori, strutturando degli strumenti efficaci per lo scenario. La prima mossa è stata costruire dei virtual brand per il delivery, avevamo un asset da sfruttare e risorse per farlo, in seguito abbiamo studiato con un consulente *ad hoc* l'ottimizzazione dei nuovi processi e un metodo per incrementare i volumi di vendita riuscendo comunque a fatturare 7 milioni di euro nel 2020, un risultato che a marzo del medesimo anno sembrava molto difficile da raggiungere con le prospettive che si delineavano».

**Edoardo, veniamo a te. Vista la tua esperienza imprenditoriale, cosa consigli ai tuoi coetanei o anche ai più giovani che vogliono aprire un'attività in proprio?**

«Avere paura di sbagliare, rialzarsi, affrontare le sfide con coraggio, la strada è ripida, piena di imprevisti, ma il nostro compito come imprenditori è gestirli e resistere contrastando la forza della corrente anche quando sembra impossibile e quando siamo affaticati, anche se parliamo di giovani, quindi persone che dovrebbero essere piene di energia. Non ascoltate quelli che dicono che non è giusto o che non ce la farete, sono persone che non avrebbero il coraggio di fare quello che voi state facendo, con la giusta dose di follia. Ovviamente prima fate un business plan e uno studio di mercato!».

INFO: [www.lafiletteriaitaliana.it](http://www.lafiletteriaitaliana.it)  
[www.magnaki.it](http://www.magnaki.it)  
contatti@maggiori.group

“ **Guido il progetto Franchising EA** per il mercato italiano fin dal suo inizio. L'obiettivo è fornire un **pacchetto "chiavi in mano"** a giovani imprenditori che desiderano investire in un'**impresa solida** e in **forte espansione**.

Nel 2020, io per primo, ho scelto di investire in un **point franchising a Parma**, cominciando così un nuovo percorso anche come **imprenditore**.

**È un progetto in cui credo e dove ho investito in prima persona.**

”

**Raffaele Pancani**

Responsabile del Progetto Franchising EA

**+ di 300**  
nuove risorse  
inserite nel 2020

**+254%**  
di venduto nei primi 5 mesi  
del 2021 rispetto allo stesso  
periodo del 2020

✓ **Guadagni nei primi 3 mesi**

✓ **Percorsi formativi personalizzati e know-how aziendale sempre a tua disposizione**

✓ **Brand affermato e riconosciuto come il più innovativo nella sua categoria**

✓ **Oltre 100 sedi EA tra Italia ed Europa**

## SCEGLI UN'OPPORTUNITÀ UNICA DI BUSINESS

Il **1° progetto di affiliazione di edilizia operativa al mondo**, EdiliziAcrobatica S.p.A.®, è anche la **prima società italiana quotata contemporaneamente su Euronext Growth e sul segmento AIM di Borsa Italiana**.

Siamo specializzati nei **lavori edili eseguiti attraverso la tecnologia della doppia fune di sicurezza** e abbiamo chiuso il **2020** con un **+11% di fatturato** rispetto all'anno precedente, nonostante la pandemia. Un risultato **non comune**, che solo un'azienda che segue **principi di trasparenza** e con una **capacità di crescita potenzialmente inarrestabile** è in grado di vantare. Con questi risultati **garantiamo solidità a chi sceglie di investire nel gruppo**. Nel **2015** abbiamo lanciato il **progetto di Affiliazione EA** e in soli 5 anni abbiamo visto l'apertura di **oltre 30 Point** con il brand EdiliziAcrobatica®!

Se sei un **manager, un professionista o un imprenditore**, anche in un settore differente da quello edile, e vuoi cogliere un'**opportunità di investimento**, il **progetto di Affiliazione EA** può essere la tua occasione di svolta!

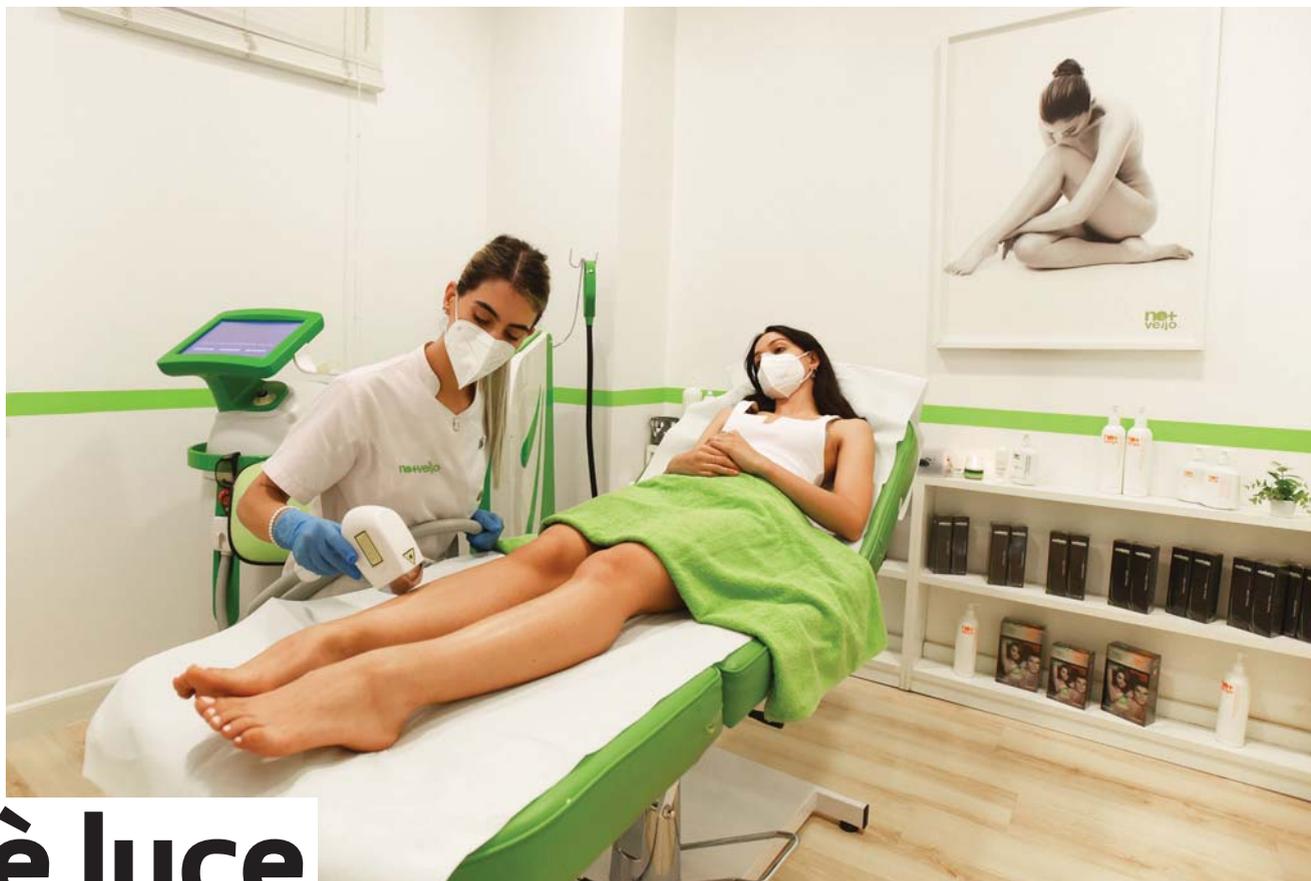
**VUOI APRIRE UN FRANCHISING CON NOI? CONTATTACI PER MAGGIORI INFORMAZIONI**

Chiama il numero verde **800.300.833** o scrivi alla mail **info@ediliziacrobatika.com**

Seguici sui social    

[www.ediliziacrobatika.com](http://www.ediliziacrobatika.com)

**EA EDILIZIACROBATICA®**  
Le soluzioni arrivano dall'alto



# C'è luce (pulsata e laser) oltre il Covid

Un network spagnolo protagonista nel mercato della depilazione con luce pulsata & laser a diodo con oltre 180 centri in tutta Italia che, nonostante la pandemia, ha accelerato il suo piano di sviluppo grazie a un modello collaudato

Il 2020 verrà ricordato per molte aziende come un anno tremendo, di grandi ridimensionamenti se non proprio di cessazione delle attività. In questo panorama spiccano ancor di più i casi virtuosi, che nonostante le avversità sono riuscite non solo a resistere all'urto pandemico, ma addirittura a incrementare il loro volume d'affari in maniera più che significativa. Tra questi c'è Nomasvello, franchising specializzato nell'epilazione permanente con metodo Fusion (luce pulsata+laser) e nell'estetica avanzata. Nell'anno appena trascorso, operante in un settore tra i più colpiti dalle



restrizioni forzate, il brand è stato tra i pochi a registrare un trend positivo di aperture di nuovi centri, nonostante la congiuntura negativa legata al dilagare del Covid-19. Soprattutto il Sud Italia ha visto fiorire nuove aperture e affiliazioni. Ma non è tutto, Nomasvello ha avviato anche iniziative di grande impatto destinate a clienti, affiliati e futuri tali, per favorire la ripresa post emergenza Covid, contribuendo così all'inversione del trend negativo per l'economia del nostro Paese. Di queste iniziative e della impermeabilità di Nomasvello alla crisi abbiamo parlato con il Direttore Internazionale di Nomasvello, Antonello Marrocco.

**Dal 2007 a oggi di strada ne avete fatta tanta. Puoi ripercorrere brevemente le tappe che hanno portato Nomasvello dov'è ora?**

«Una lunga strada che parte dalla Spagna a fine 2007 e in Italia a inizio 2011. Io personalmente ho conosciuto il brand a ottobre 2009 e sono rimasto folgorato dalle caratteristiche del modello di business. È dal 1998 che sono nel mondo del franchising. Dopo essere uscito dal settore delle videoteche a fine 2008, ero alla ricerca di nuove opportunità, quando ho incontrato Nomasvello alla fiera di Valencia e mi sono subito detto: "Questo è il business che cercavo!". Dopo il primo incontro ne sono seguiti molti altri per preparare il terreno e atterrare in Italia e, precisamente a distanza di un anno, nell'ottobre 2010, ho presentato il format in Italia alla fiera del franchising di Milano e da lì è iniziato lo sviluppo. In questo momento annoveriamo 180 centri ben dislocati sul territorio. Grazie alla bontà del business



il 30% dei nostri affiliati è titolare di più di un centro, quindi la crescita è stata possibile anche grazie a loro».

**Ci puoi fare una panoramica dei vari servizi che Nomasvello offre ai suoi clienti?**

«Continuiamo a essere focalizzati sull'epilazione permanente, vogliamo rimanere i leader indiscussi in questo settore e il nostro dipartimento di ricerca e sviluppo prosegue su questa linea. Ciò ci ha permesso di partire con la luce pulsata e inserire nel 2017 il laser diodo, ma soprattutto di avere le macchine più potenti del mercato. Come complemento offriamo anche un servizio esclusivo di pulizia viso (Proskin, [www.proskinitalia.it](http://www.proskinitalia.it)). Si tratta di un metodo innovativo che permette di pulire la pelle del viso in profondità senza spremiture e rossori».

**Come definiresti il 2020 di Nomasvello?**

«Un anno davvero indimenticabile sotto tanti aspetti, a me piace sempre vedere il bicchiere mezzo pieno, la mia indole è



orientata all'ottimismo e ho messo in pratica questo atteggiamento già dal primo lockdown. In effetti, come azienda, non ci siamo mai fermati. Durante il lockdown abbiamo approfittato per essere vicini agli affiliati e ai clienti finali fornendo loro assistenza, supporto e consigli per vivere al meglio quel particolare periodo. Con gli affiliati, in particolare, abbiamo fatto formazione commerciale e operativa online continua. Abbiamo vestito gli inconsueti panni da psicologi e cercato di gestire le paure dei nostri affiliati, allo stesso tempo abbiamo continuato a fare comunicazione, questo ci ha permesso di ripartire velocemente subito do- ➔



► po il *lockdown*. Molti clienti finali sono immediatamente ritornati nei centri con tantissima voglia di ricominciare a fare i trattamenti e allo stesso tempo abbiamo continuato a ricevere richieste di affiliazione. Abbiamo chiuso l'anno con 21 nuove aperture all'attivo».

### **A che punto è il programma di aperture di nuovi centri?**

«Dall'inizio del 2021 abbiamo già portato a termine ben 6 aperture e ne abbiamo altre 4 in programma da qui a settembre».

### **Di quali agevolazioni può beneficiare chi intende aprire un centro con voi?**

«Proprio in questo momento stiamo aiutando i futuri interessati ad affiliarsi e far ripartire l'economia insieme a noi. Vogliamo investire con loro, pertanto diamo la possibilità, alle persone interessate al nostro brand, di affiliarsi con un investimento di soli 20.000 euro. La differenza la finanziamo noi senza alcun aiuto di banche o fondi, inoltre offriamo le royalty gratuite per i primi 6 mesi per dare ai nuovi affiliati tutto il tempo necessario per far partire la propria attività».

### **Nella medesima direzione di supporto e aiuto nei confronti del cliente va l'introduzione della tariffa unica...**

«La tariffa unica è un'agevolazione che agevola sia il cliente finale, in quanto sa di non ritrovarsi sorprese e prezzi "nascosti", sia l'affiliato in quanto a redditività. Solo in questo modo riusciamo a offrire il massimo in termini di risultati e qualità».

**«Durante il *lockdown*, non ci siamo mai fermati. Ne abbiamo approfittato per essere vicini agli affiliati e ai clienti finali fornendo loro assistenza, supporto e consigli per vivere al meglio quel particolare periodo»**

### **Perché aprire un centro Nomasvello e quali requisiti occorrono?**

«Alla prima domanda rispondo semplicemente: perché al momento non ci sono attività con lo stesso appeal. Sono anni che seguo il mondo del franchising e analizzo vari business e settori, ma sinceramente non ho ancora trovato un modello con le stesse potenzialità. Tra i vantaggi possiamo citarne alcuni: non c'è concorrenza online, non c'è concorrenza nei centri commerciali, nessun magazzino (quindi non c'è il rischio di accumulare rimanenze), un'alta marginalità in quanto vendiamo un servizio, una facile gestione (servono un locale di circa 70 mq e 2 collaboratrici), il marketing viene gestito direttamente da noi (investiamo a livello locale dove sono presenti dei centri per portare clienti nuovi). Inoltre offriamo formazione continua, gestione a distanza, assistenza tecnica e garanzia a vita sui macchinari. I requisiti? Cerchiamo principalmente investitori, gente che ha già altre attività o comunque avvezza agli investimenti, persone motivate che cercano una rendita ulteriore. A oggi investire con noi permette di avere una redditività molto rara da trovare sul mercato, stiamo parlando di percentuali che vanno dal 30 al 70% sull'investimento. Allo stesso tempo ci pervengono molte richieste da persone che cercano il cosiddetto "autoimpiego"».

### **Quali sono le vostre prospettive di sviluppo nel medio-lungo periodo?**

«Da un'analisi che abbiamo elaborato recentemente sul mercato italiano, abbiamo rilevato che c'è spazio per arrivare ai 250 centri entro 4 anni. In questo modo riusciremo a coprire tutta la penisola italiana in maniera omogenea, dando la possibilità a tutti gli affiliati di avere il loro pubblico di riferimento e quindi un buon ritorno economico. Allo stesso modo, stiamo aprendo in nuovi Paesi, durante il 2020 abbiamo infatti messo piede in Serbia e attualmente siamo in trattativa con altre 2 nazioni europee».

INFO: tel. 06 87772751  
[www.franchising.nomasvello.it](http://www.franchising.nomasvello.it)



**SAI CHE  
FARE PUBBLICITÀ  
È INDISPENSABILE  
PER OGNI PMI?**

**Scegli *Millionaire***

Il nostro staff commerciale è a tua disposizione per individuare il modo più adatto alle tue esigenze per affermare il tuo marchio, espandere la tua azienda, trovare nuovi affiliati.



**RICHIEDI ORA UN PREVENTIVO GRATUITO.**

**Invia una email a: [commerciale@millionaire.it](mailto:commerciale@millionaire.it) o chiama il 348 7687255**

Un'azienda che desidera crescere in modo organico, attraverso l'introduzione di nuove tecnologie, di nuove partnership e di nuove possibilità per l'utente finale

## Il futuro a portata di mano

**N**ata in Estonia nel 2019, in appena due anni Swag è diventata una società attiva e in crescita nel panorama europeo del mining e delle blockchain. Obiettivo reso possibile sia dalla profonda conoscenza del settore ottenuta grazie al mix di professionalità presenti in azienda, sia grazie alle partnership create con specifici market leader. «Oggi l'utente di Swag può contare sulla maggior potenza di calcolo disponibile» spiega Giovanni Lionetti, Ceo e Fondatore di Swag «sulle più evolute mining farm internazionali, oltre che su assicurazioni e software in continua evoluzione».

**Chi siete e come nasce Swag?** «La tematica della blockchain, il suo sviluppo e la possibilità di creare un valore condiviso e condivisibile a fronte di un investimento limitato. Anni fa sembrava fantascienza, come tante volte è avvenuto in passato con l'affermarsi di innovazioni tecnologiche. Nasce da questa semplice

e diretta analisi di mercato il business di Swag. Ma è ovviamente poi servito il giusto mix di intuizione, progettazione, studio e adeguate professionalità per creare un prodotto nuovo, tecnologicamente avanzato e soprattutto affidabile».

**Qual è il suo core business e chi sono i vostri clienti?**

«L'attività di mining è senza dubbio il core business di Swag. Oggi, anche grazie a una serie di partnership sottoscritte con i miglior player internazionali, siamo in grado di offrire all'utente una gamma di prodotti al vertice del mercato. E con standard di sicurezza premium. La miglior testimonianza di quanto fatto, non a caso, arriva dai nostri utenti finali. Si tratta di normalissimi consumatori, persone che hanno compreso il nostro obiettivo e che, grazie ai prodotti Swag, possono ottenere dei risultati anche molto importanti».

**Come funziona esattamente?**

«L'utente che si rivolge a Swag ha la possibilità di noleggiare macchine dalla potenza di calcolo straordinaria, in funzione 24 ore su 24, e che tecnicamente "minano" la blockchain risolvendo algoritmi e producendo frazioni di bitcoin. Gli investimenti nell'acquisto di queste macchine sono decisamente importanti, ma il nostro utente può tranquillamente noleggiare anche solo frazioni di tali macchine limitando al massimo i suoi costi. E avvalendosi comunque di un prodotto chiavi in mano, assicurato, garantito e pienamente gestito. Il suo compito? Osservare l'accredito quotidiano di bitcoin sul proprio portafoglio elettronico in assoluta trasparenza».



Giovanni Lionetti





### **Perché Swag e non un altro operatore?**

«È evidente come la concorrenza non manchi, come siano numerosi gli operatori attivi nel settore della blockchain, delle criptovalute e del mining. Spesso però si tratta di realtà molto complesse, difficili da comprendere e soprattutto da gestire se non dedicando un grande e costante impegno quotidiano. Swag ha scelto invece un approccio easy, nel quale l'utente finale riduce al minimo il proprio impegno proprio grazie al sistema di gestione di Swag. Una formula "chiavi in mano" che tutela l'utente da ogni possibile malfunzionamento, abbatta i costi di gestione ed elettrici e garantisce macchine effettivamente in funzione e in produzione per ogni singolo giorno dell'anno».

### **Di che community stiamo parlando?**

«Swag è una realtà in crescita in diversi mercati europei, che oggi può contare su oltre 20mila iscritti tra utenti e promoter. E con importanti margini di crescita sia nell'immediato sia sul lungo termine».

### **Quali sono gli obiettivi che vi siete dati per il futuro?**

«Sicuramente crescere. Ma facendolo in modo organico, proseguendo quindi in un'azione di miglioramento del prodotto attraverso l'introduzione di nuove tecnologie, nuove partnership, nuove possibilità per l'utente che rimane centrale nel nostro business. Ma al tempo stesso ampliando la nostra offerta anche verso un'utenza più particolare, più evoluta e di li-

vello corporate. Swag è una società con professionalità importanti, nella quale tutto viene rapidamente discusso, valutato ed eventualmente introdotto. Ma solo se capace di migliorare effettivamente l'intero processo produttivo e il prodotto finale».

### **Come funziona il mining**

*Chiunque può offrire, anche limitatamente, il proprio computer per fare operazioni di calcolo con le criptovalute: in cambio del servizio la criptovaluta concede parte della sua moneta. Nasce quindi l'operazione di mining: utilizzatori finali che spendono il proprio hardware per guadagnarci. Perché noleggiare un hardware? Perché il guadagno (o la perdita) da mining può variare con il valore della criptovaluta, il costo della macchina (che va ammortizzato), il costo del noleggio e il costo dell'energia elettrica. Spesso quindi queste macchine vengono nolleggiate, ma restano in posti dove i costi energetici sono bassi. Minare può essere vantaggioso oppure essere una perdita. Quando cioè il guadagno del mining supera ogni spesa, noleggio compreso.*

*Questo annuncio ha finalità pubblicitarie ed è pubblicato da Swag. Prima di ogni investimento si prega di verificare tutte le informazioni dettagliate sul progetto e le relative autorizzazioni.*

## **DIVENTARE PROMOTER**

«Oltre 20mila persone hanno dato fiducia a Swag in appena 2 anni di attività. Clienti soddisfatti, ma anche promoter capaci e sempre attenti alle necessità dell'utente finale. Diventare promoter dei prodotti Swag è facile e permette di entrare in contatto diretto con una realtà professionale e in crescita. Sarà sufficiente poter contare su una rete di persone interessate al mining e al bitcoin e formarsi professionalmente in modo da poter supportare la rete in ogni momento».

# SWAG



[media.swagyourlife.com](https://media.swagyourlife.com)  
[media@swagyourlife.com](mailto:media@swagyourlife.com)

# CERCHI UN FRANCHISING? TROVALO SU [WWW.FRANCHISINGCITY.IT](http://WWW.FRANCHISINGCITY.IT)



**FranchisingCity.it**  
è un portale tematico,  
un punto di incontro privilegiato  
tra chi cerca affiliati e chi cerca  
una rete, ben strutturata  
e in espansione.  
Inquadra il QR Code e scopri  
tutte le informazioni sulle  
principali reti franchising  
italiane e internazionali



*È un'iniziativa  
di Millionaire*



# FOCUS BUSINESS

Intera sezione a cura della divisione Marketing & Promotion

NOVITÀ E OPPORTUNITÀ DALLE AZIENDE, RETAIL, FRANCHISING E PARTNERSHIP, CONSULENZA E FORMAZIONE

**67,9%**  
L'opinione sui pagamenti a distanza è comunque molto positiva.

Una ricerca condotta da AstraRicerche fotografa le tendenze in fatto di luogo di acquisto. La pandemia ha dato un'accelerata ai negozi del futuro, ma ha anche ridato importanza ai negozi di vicinato.



**67,8%**  
Servizio di quartiere che effettua consegne per conto dei piccoli negozi.

## Il domani del retail? Digital, ma non troppo

**D**istanziamento, ingressi contingentati, igienizzazione, preferenza per pagamenti alle casse senza contatto fisico, negozi digitalizzati, interattivi, esperienziali e aperti h24. La pandemia ha dato un'accelerata ai negozi del futuro, ma ha anche ridato importanza ai negozi di vicinato.

Sono questi, in sintesi, i trend rilevati della ricerca di AstraRicerche. In particolare, emerge l'importanza del distanziamento (20,4% come prima scelta e 58,5% tra le prime 3) anche attraverso il rispetto del numero massimo di persone ammesse negli esercizi (17,4% come prima scelta e 55,4% tra le prime 3). Ha invece contato meno la possibilità di pagare alle casse senza contatto fisico con persone o apparecchiature (12,9 e 37,9%). L'opinione sui pagamenti a distanza è comunque molto positiva: facili da utilizzare (67,9%), sono un vantaggio in termini di velocità di pagamento (67,6) e una sicurezza a livello igienico-sanitario (65,6%). Le soluzioni che prevedono l'assenza delle casse riscuotono interesse: renderebbero gli acquisti più comodi e veloci per il 52,1%. Ma emerge

preoccupazione per l'occupazione (59,8%) e per la privacy (43,7%). Suscitano curiosità i negozi digitalizzati e quelli interattivi (rispettivamente scelti dal 66,6% e dal 66,5%), a cui seguono i negozi esperienziali (61,3%) e quelli con *personal assistant* (61,2%) e i negozi con eventi online (44,4%). Sono maggiormente graditi gli stimoli sensoriali visivi (24,9%) e quelli olfattivi (24,6%), seguono gli uditivi (22,4%), i gustativi (21,3%), mentre si rileva scarso interesse per gli stimoli tattili (6,9%).

Per quanto riguarda la spesa alimentare, durante la pandemia sono aumentati gli acquisti effettuati nei negozi di vicinato, sia per le restrizioni sia per sostenere i piccoli negozianti. Una proposta innovativa riguarda proprio un servizio di quartiere che effettua consegne per conto dei piccoli negozi, il che risulta interessante per il 67,8% del campione. E proprio per i piccoli esercenti emerge la necessità di nuove forme, possibilmente flessibili. Per esempio l'affitto di spazi commerciali temporanei, ossia una sorta di Airbnb del retail, che potrebbe risollevare chi ha sofferto per via delle chiusure.

## UNA NUOVA RETE DI CONSULENTI ENERGETICI

**Jobboutique, società specializzata nella ricerca e selezione del personale con focus su creazione e ampliamento reti vendita, ha recentemente ampliato l'offerta commerciale con un servizio ideato appositamente per un nuovo progetto di medio-lungo periodo con Eni gas e luce: la creazione di una nuova rete di consulenti energetici b2b. Jobboutique ha studiato un servizio 100% customizzato, che prevede un team dedicato con un project manager e due consulenti operativi specializzati nel settore energetico, completando l'attività di ricerca e selezione con la creazione di un benchmark commerciale e l'utilizzo di assessment test e colloqui personalizzati. INFO: 3203614923, info@jobboutique.it**



**Fabiola Silvestri,**  
co-fondatrice  
di Jobboutique.



Entro la fine dell'anno saranno 10 i locali inaugurati nel 2021

## RISTORAZIONE EMILIANA, AL VIA NUOVE APERTURE

Il brand di ristorazione emiliana Dispensa Emilia, che pone la propria strategia commerciale sulla rivisitazione della cucina tradizionale del territorio in chiave moderna, dona nuova continuità al suo progetto grazie all'apertura di 4 nuove sedi. Carpi, in provincia di Modena, e Garbagnate, Legnano e Segrate, tutte in provincia di Milano. Il piano di espansione prevede altre inaugurazioni nel corso dell'anno: sono infatti previste in estate altre 3 aperture tra Lombardia e Toscana e ulteriori 4 nell'ultimo quadrimestre dell'anno. I 10 nuovi locali del 2021, tra quelli già attivi e quelli che verranno inaugurati a breve, porteranno all'assunzione di circa 200 dipendenti. INFO: [www.dispensaemilia.it](http://www.dispensaemilia.it)

## Assistenza personale, si amplia l'offerta

Sono 7 i nuovi centri Privatassistenza di prossima apertura: 5 avviati da nuovi imprenditori che hanno scelto di cambiare la loro vita professionale, entrando nel settore dell'assistenza domiciliare, e 2 avviati da imprenditori Privatassistenza, che hanno deciso di ampliare l'attività. Le nuove aperture saranno a Cinisello Balsamo (Mi), Erba (Co), Aprilia (Lt), Vimercate (Mb), Castel San Giovanni (Pc), Venaria (To) e Appiano Gentile (Co). Per entrare nel business dell'home care non è necessario avere esperienza: Privatassistenza mette a disposizione delle new entry esperienza, formazione e immagine. INFO: 800 012 107, [www.privatassistenza.it](http://www.privatassistenza.it), [franchising@privatassistenza.it](mailto:franchising@privatassistenza.it)





Diversità e inclusione al centro di una nuova campagna pubblicitaria

## IL POLLO CHE UNISCE

**E**veryone has a place at my bucket, c'è spazio per chiunque intorno al bucket, il caratteristico contenitore di pollo fritto KFC. Così diceva il colonnello Sanders, fondatore di Kentucky Fried Chicken oltre 75 anni fa. Il brand da sempre si pone come aggregatore di diversità, accogliente verso tutti: davanti al pollo fritto di KFC cade qualsiasi barriera e viene superata ogni differenza. Da questo concetto è nata la nuova campagna KFC Chicken United, online e *on air*, che celebra la diversità e l'inclusione promuovendo l'accettazione, il rispetto e la valorizzazione delle differenze e dell'unicità di ogni individuo. KFC è una società del gruppo Yum che conta oltre 24mila ristoranti in più di 145 paesi. In Italia KFC è presente dal 2014 e annovera 47 ristoranti in 13 regioni. Fanno parte di Yum anche i marchi Pizza Hut, Taco Bell e The Habit Burger Grill, per un totale di 50mila ristoranti in oltre 150 Paesi. **INFO:** [www.kfc.it](http://www.kfc.it)

## E-commerce in movimento

Mail Boxes Etc ha aggiunto la compatibilità Amazon ed eBay alla soluzione MBE e-LINK, il che significa, nella pratica, che chi vende online sui due marketplace ha a disposizione una funzionalità di integrazione che permette di importare gli ordini e affidare al centro MBE tutta l'operatività e la gestione del processo logistico. L'integrazione MBE e-LINK permette di personalizzare i livelli di servizio (standard o express). Oggi MBE Worldwide opera sotto 3 diversi marchi: Mail Boxes Etc., AlphaGraphics e PostNet. La sua rete globale conta oltre 2.600 centri servizi in 52 Paesi e più di 560 centri affiliati in Italia. **INFO:** [www.mbe.it](http://www.mbe.it)



## UN DONO PER VENEZIA

**Gli amanti di Venezia possono contribuire con le loro donazioni alla salvaguardia della città. E lo possono fare in modo semplice e veloce, utilizzando qualsiasi strumento di pagamento digitale, che si tratti di una carta contactless, di uno smartphone, o di uno degli wearable device abilitati. Il progetto è il frutto della collaborazione tra Visa, il Comune di Venezia e SumUp, la quale mette a disposizione i terminali di pagamento mobili con cui ricevere donazioni. Il ricavato verrà destinato a progetti di salvaguardia e restauro del patrimonio artistico e storico della città, e a sostegno di iniziative della comunità volte alla coesione sociale.**

# Sii quello che sembri Il brand che vince è coerente

**QUANDO SI CREA UN MARCHIO, IL MESSAGGIO,  
LA LOCATION E I PRODOTTI DEVONO ESSERE  
ALLINEATI. DUE ESEMPI DI FORMAT FOOD  
FRANCHISING CONGRUI CON IL PROPRIO  
POSIZIONAMENTO STRATEGICO**

**Q**uando si pensa alla creazione di un brand, ci si concentra spesso sugli aspetti economici, d'immagine, logistici. Giusto. Ma spesso si dimentica che questi fattori sono legati da un concetto comune: la coerenza.

**“Sii quello che sembri” è una frase di *Alice nel paese delle Meraviglie* ed è anche una lezione di business. Il tema della coerenza investe tutti gli aspetti di un'attività.**

Pensa alla location che scegli per il tuo punto vendita: deve essere in una zona dove c'è il tuo target. E anche per arredamento, comunicazione ecc., devi trovare corrispondenza tra il bisogno del pubblico e il prodotto/servizio che vuoi offrire. Per riuscirci devi individuare i dati socio-demografici delle persone con cui vuoi comunicare: la fascia d'età, il tipo di lavoro, se sono single o in una relazione ecc. Devi poi studiare il bisogno specifico di queste persone e quali interessi e passioni hanno: trovare delle nicchie specifiche a cui rivolgerti, di cui conosci bene i desideri, per poi creare una proposta coerente (non solo come prodotto/servizio, ma anche location, layout, comunicazione, mood ecc.). Due esempi ti aiuteranno a capire cosa vuol dire creare un format food franchising coerente con il proprio posizionamento strategico.



## **IL VECCHIO WEST RITORNA IN VITA**

Nata nel 2002 in provincia di Udine, Old Wild West è una delle catene di fast casual italiane più longeve e di successo, grazie soprattutto al suo stile distintivo. Con “fast casual” si intende un ristorante di cibo veloce (fast), ma che sia qualitativamente superiore rispetto al classico fast food. Old Wild West rappresenta uno dei primi esempi di un concetto allora innovativo e che ha preso poi sempre più piede:

**il *foodtainment*, ovvero offrire non solo una ristorazione fast casual, ma luoghi dove gustare cibo e divertirsi, in un'atmosfera da film.**

Nel target della catena rientrano sia le famiglie con i bambini sia i classici consumatori del pub, ovvero gli adolescenti e i giovani adulti. Tutti loro cercano non solo buon cibo, però non troppo



Accanto, da sinistra, Sfera Ebbasta e lo stilista Marcelo Burlon.



pretenzioso, ma anche un'esperienza da vivere, in un ambiente informale e divertente.

Il focus sulle famiglie è evidente in tutti i processi della catena. Appena arrivati i bambini ricevono dei pastelli e un foglio dove poter colorare, e nel menu bambini è previsto un gioco per intratterli. Così possono divertirsi, dando la possibilità anche ai genitori di rilassarsi. Il divertimento per loro è anche legato a un altro aspetto: la possibilità di mangiare noccioline (americane, per coerenza con l'immagine del brand), un modo per fare un aperitivo e impegnare ancora i bambini in un'altra attività. Old Wild West, con il suo stile che ricopia le vecchie locande (i famosi saloon) del vecchio West, offre allo stesso tempo un'atmosfera esotica e familiare: esotica perché richiama evidentemente le terre oltre il fiume Mississippi nell'Ottocento, familiare perché abbiamo visto quelle terre in migliaia di film e sono quindi entrate nel nostro immaginario collettivo.

Un'atmosfera distintiva e coerente con il proprio pubblico, come ha spiegato Daniele Crucil, direttore marketing di Cigierre, il gruppo proprietario di Old Wild West: «La perfetta coerenza di immagine e di comunicazione è fondamentale per la nostra catena. In tutti gli Old Wild West d'Italia i nostri clienti sanno che potranno trovare la stessa divertente atmosfera e la stessa qualità. Il nostro segreto è la standardizzazione e i controlli che, eseguiti puntualmente, ci permettono di mantenere i nostri standard ai massimi livelli.»



## DARE COLORE AL CIBO SANO

Da una catena con quasi 20 anni di successi alle spalle a un nuovo brand, lanciato di recente a Milano, con due punti a Roma e il quarto in apertura a Napoli con ha come fondatori, il rapper Sfera Ebbasta, il calciatore Andrea Petagna e lo stilista Marcelo Burlon. Si tratta di Healthy Color, un healthy fast food, che punta sul cibo salutare e di alta qualità, rivolgendosi a un target giovanile che, soprattutto nelle città, è molto più attento della media al mangiar sano e alla sostenibilità. La vera novità di Healthy Color però è rappresentata proprio dalla coerenza tra messaggio, location e prodotti.

### Il concetto di "Color" del brand infatti si rispecchia immediatamente in tutti i suoi fattori distintivi:

dal logo all'arredamento, dal packaging ai piatti, vivaci e variopinti. Il menu è ampio e variegato. Oltre al food, è la forte identità di brand a rimanere impressa che porta la firma dell'agenzia Zon Productions.



«Sulla *brand identity* abbiamo fatto un lavoro importante affinché il format non fosse solo riconoscibile, ma vistosamente unico» dice Oliver Zon, fondatore di Zon Productions.

I poké, piatto hawaiano che spopola negli ultimi tempi, rappresentano uno degli aspetti più interessanti e creativi.

Sia per la loro preparazione, sono infatti rivisitate in chiave mediterranea, sia per i nomi, che richiamano il colore dominante della portata: si chiama infatti Yellow quella al curry, Pink quella al tonno, Black o White a seconda che contengano riso venere o bianco. Dall'ispirazione dello chef nasce anche la combinazione dei colori nel piatto, che ispirano a loro volta il nome. I colori del ristorante trasmettono energia positiva e il mangiar sano, spesso associato a un'atmosfera triste, o a prodotti insapori e tristi, si carica di un trionfo di colori e assume una nuova accezione. /m



#### \* IL NOSTRO ESPERTO

Founder e Ceo dell'Agenzia Sviluppo Franchising ([www.sviluppofranchising.com](http://www.sviluppofranchising.com)), docente della Business School Sole24Ore e autore del bestseller *Let's Franchise*.

Un locale work in progress nel design e nelle proposte food and beverage. Obiettivo per il futuro: migliorarsi giorno dopo giorno.

## Uno scorcio di America a Lecce

**A** Lecce da 4 anni c'è un locale in stile industriale ispirato agli Stati Uniti. Si chiama Cantiere-Hambirreria e in poco tempo ha segnato numeri che sorprendono. Dagli 80 posti a sedere del 2017, anno in cui è stato inaugurato, oggi il locale può ospitare fino a 600 persone contemporaneamente. Di conseguenza è stato necessario un ampliamento del locale, dai 200 mq iniziali agli attuali 1.500, e un incremento del personale, da 11 a 45 collaboratori. Ma che cosa è stato determinante per il successo di questa impresa? «È la costanza a fare la differenza» sintetizza Daniele Vetrugno, titolare del locale insieme al fratello Andrea.

**Daniele, come è nata l'idea del vostro locale?** «Nel 2015 siamo partiti con la programmazione del progetto. L'idea era di dare vita a un locale in continua evoluzione sia nel design sia nelle proposte food and beverage. Per 2 anni abbiamo cercato la location che rispondesse alle nostre esigenze: siamo innamorati degli Stati Uniti e dunque cercavamo un locale che avesse un rooftop in stile americano, che avesse i giusti spazi, la giusta ambientazione. Il Cantiere per noi è uno scorcio di America a Lecce».

**Nel 2017 inaugurate il locale. Che cosa vi caratterizza rispetto all'offerta già presente?** «Ci differenzia la nostra anima forte, l'identità precisa. Tutti possono fare hamburger e servire birra, ma ci vuole un'identità forte e un'anima identificativa dietro un progetto. Il nostro motto è "È la costanza a fare la differenza". Nel concreto, il nostro credo si esplica nella ricerca maniacale di micro-birrifici esteri con cui collaborare, abbiamo 36 birre alla spina e 40 in bottiglia, e nella selezione accurata delle materie prime che utilizziamo per i nostri hamburger.

I clienti hanno riconosciuto la nostra identità, il che ci ha permesso, in 3 anni, di raggiungere risultati importanti: abbiamo ampliato la sede e oggi abbiamo un locale di 1.500 mq su due piani, in cui lavorano 45 collaboratori e in cui riusciamo a servire 600 coperti contemporaneamente e non solo nel weekend. Siamo in overbooking tutti i giorni della settimana: avere questi ritmi e questi volumi a Lecce, che non è una metropoli, ma una città di 100mila abitanti, è tutt'altro che scontato».

**E come fate? Qual è il segreto per avere il locale sempre pieno?** «Diamo sempre nuovi stimoli ai nostri clienti, li sorprendiamo. Il pa-



Daniele e Andrea Vetrugno



ne viene fatto secondo nostre ricette con farine diverse e ingredienti che variano di stagione in stagione. Sono 3 le varianti dei nostri hamburger: abbiamo la linea Made in Italy con carne di Scottona, la linea Made in Usa con carne Angus e poi una linea special. Ogni mese abbiamo anche una proposta temporary, oltre ai fuori menu. Ma cerchiamo di sorprendere il cliente anche con l'ambientazione del nostro locale, che definirei work in progress. Dai nostri viaggi negli Stati Uniti torniamo sempre con qualcosa di nuovo, con un pezzo di arredo, un dettaglio. Sono tutte cose che fanno sentire i nostri clienti a casa, come i concerti del martedì e del giovedì. Abbiamo lo spazio e l'organizzazione per ospitare artisti di calibro internazionale. Ma diamo anche l'opportunità agli artisti emergenti locali di esibirsi davanti ai nostri numerosi clienti».

**Una curiosità: non deve essere facile gestire così tanti coperti tutti insieme, il rischio è che il piatto ordinato non arrivi mai. Come fate a garantire i tempi di permanenza al tavolo giusti?** «A fare la differenza sono i ragazzi che servono al tavolo e anche tutti quelli che sono in cucina. Noi non buttiamo nessuno nell'arena, ma prevediamo una formazione specifica per chi lavora con noi. Abbiamo infatti creato il CantiereLab: sono corsi di formazione che durano alcuni giorni, in modo che il personale sappia esattamente che cosa fare in ogni situazione».

**Ma si possono degustare solo hamburger e birra? Non avete mai pensato a differenziare l'offerta?** «Certo. Abbiamo creato un'area dolci e un'altra area

dedicata alla degustazione di gin, l'abbiamo battezzata Gintonicheria. Proponiamo una selezione di più di 250 etichette di gin, oltre a diverse toniche e spezie. In pratica ognuno può degustare il gin tonic che più si addice ai propri gusti. Nell'area pasticceria, invece, prepariamo dolci di ispirazione americana da degustare come dessert nel nostro locale, ma che vendiamo anche all'esterno: quest'area è a tutti gli effetti una bakery d'Oltreoceano».

**In poco tempo siete riusciti a realizzare qualcosa di importante. Che progetti avete per il futuro?**

«Di sicuro il nostro è un brand in crescita, destinato a uscire dai confini di Lecce. Non ci poniamo limiti».

  
**CANTIERE**  
HAMBIRRERIA



3281877214

[www.cantierehambirreria.it](http://www.cantierehambirreria.it)  
[cantierelecce@libero.it](mailto:cantierelecce@libero.it)



MARCHIO Pm Management  
SETTORE Marketing



Pasquale Marcone, Ad di Pm Management.

## Eventi aziendali al passo con i tempi

Nuovi progetti per affrontare meeting, fisici o virtuali che siano, con il giusto mix di marketing, strategia e creatività.

Il mondo degli eventi è cambiato, bisogna adeguarsi all'evoluzione dei tempi. Per alcuni versi la pandemia ha allontanato dalla vita reale, facendo affrontare la quotidianità attraverso la grande lente dei social. Il mondo digitale è sempre più importante per le imprese e i professionisti. Cosa è necessario, oggi, più che mai, per il successo di un'azienda? «Sono basilari centralità e posizionamento sul digital» dice Pasquale Marcone, Ad di Pm Management, conscio di queste tendenze ed esperto nell'organizzazione di eventi per grandi corporate e aziende, meeting e congressi a Milano. «Durante la pandemia ho cercato nuove soluzioni che potessero rispondere alle esigenze del mercato, anticipandole, e ho ideato Socialdipity, agenzia di web marketing, consulenza di web e digital marketing».

### Un aiuto per la trasformazione digitale

Le imprese devono affrontare la trasformazione digitale, nella quale sono coinvolti consumatori e aziende e in un ritmo economico velocissimo, con strategie innovative, ideate da esperti del settore, di storica esperienza, ma anche giovani nativi digitali, in un mix di tradizione e modernità.



Con InfluAction, di cui lei è cofounder, e TikTok Way, Pm Management produce contenuti brevi per le piattaforme digitali TikTok, Instagram Reels, Triller, YouTube Shorts e Snapchat Spotlight, grazie a creator differenziati in base alle esigenze e agli obiettivi dei brand.

In cosa si distingue Pm Management? «Rapidità di risposta, esecuzione e dinamicità. Pm Management anticipa, quindi le esigenze del mercato, perché c'è sempre più la necessità di avere un professionista che possa trasferire competenze e soddisfare l'evoluzione e il posizionamento dei vari brand». Pm Management non fa solo formazione, ma offre soprattutto alle aziende un importante supporto per comunicare in modo nuovo, attraverso short video verticali, diventando, così, antesignana del nuovo lifestyle della comunicazione.

INFO: <https://pmmanagement.it>  
pasquale@pmmanagement.it



**L'esperienza al servizio di aziende e professionisti che devono affrontare la trasformazione digitale. Soluzioni personalizzate per incrementare la visibilità di un brand**



**MARCHIO** Remotair  
**SETTORE** Igiene aeraulica

# L'intelligenza artificiale al servizio della climatizzazione

Un sistema brevettato di controllo degli impianti che analizza i dati in tempo reale, mappa l'evoluzione della contaminazione e prevede quando effettuare la pulizia.

**Q**uando era solo un ragazzino, Andrea Casa scoprì di essere affetto da una forma atipica di fibrosi cistica, una malattia genetica che ha come conseguenza una grave compromissione dell'apparato respiratorio. «Sono nato nel 1971, e all'epoca con quella patologia era difficile superare l'adolescenza» spiega. Fortunatamente, però, non andò così. «Fui soggetto a due mutazioni benigne del genoma, che mi hanno consentito di diventare adulto e svolgere una vita quasi normale. Tuttavia ho sofferto parecchio di problemi alle vie respiratorie, da piccolo ero sempre malato. È da allora che sono consapevole dell'importanza di respirare un'aria salubre».

## Impianti monitorati e certificati

Oggi Andrea Casa è esperto di igiene aeraulica. Venti anni fa ha fondato Alisea, azienda italiana che si occupa di igiene degli impianti di trattamento dell'aria ed è l'unico europeo ammesso nel



consiglio direttivo di Nadca, l'associazione di settore che opera a livello globale. Col suo gruppo ha appena lanciato sul mercato Remotair (marchio registrato), un nuovo sistema brevettato di controllo degli impianti di climatizzazione e ventilazione che si basa su un nucleo di intelligenza artificiale e promette di rivoluzionare il settore. «Remotair risponde a una duplice esigenza, racconta Casa, da una parte

tutela la salute, dall'altra fornisce una certificazione inoppugnabile del corretto stato igienico degli impianti. L'intelligenza artificiale su cui si basa analizza i dati in tempo reale, è capace di mappare l'evoluzione della contaminazione, avvisa se si verifica un problema o se è arrivato il momento di intervenire ed è perfino in grado di prevedere quando effettuare la pulizia dell'impianto». Quali sono i costi? «Credo che siano interessanti. L'ispezione annuale di un impianto può costare anche qualche migliaio di euro a seconda della sua grandezza. Remotair può essere acquistato per lo stesso valore di un paio di ispezioni, ha una garanzia di 5 anni ed è stato concepito per durarne almeno 10».

INFO: [www.remotair.com](http://www.remotair.com)



**Il segreto di questo imprenditore? Aver trasformato un problema personale di salute in un'idea di business utile alla collettività**



\ **MARCHIO** Nadia Petit-Pierre  
\ **SETTORE** Benessere olistico

## Al lavoro con le emozioni

Consulenze online in cui il problem solving viene visto nell'ottica della relazione mente-corpo.



**T**alvolta si incontrano degli ostacoli che impediscono di raggiungere obiettivi prefissati. Il risultato è uno stato di frustrazione, ansia, impotenza. Un aiuto per lavorare su mente e corpo arriva dalle consulenze di benessere olistico online proposte da Nadia Petit-Pierre, formata in programmazione neuro-linguistica, in Gestalt-Bodywork Counselor nonché operatrice

shiatsu. Nei suoi studi e nella sua esperienza, Nadia ha approfondito il problem solving visto nell'ottica della relazione mente-corpo.

Un approccio che, secondo l'esperienza della professionista, può aiutare a intraprendere una svolta, contribuendo alla crescita personale, così che si possa realizzare ciò che è già nelle proprie potenzialità. Gli incontri avvengono da remoto: ci si può collegare dal computer, tablet o smartphone stando in un luogo confortevole, dove ci si possa sentire a proprio agio e liberi.

### **Mente e corpo sono interconnessi**

Nel lavoro proposto le emozioni hanno un posto privilegiato, la consapevolezza e l'ascolto delle sensazioni del corpo sono una parte fondamentale, come anche l'utilizzo del linguaggio, considerato che le parole che si usano cambiano le emozioni, poiché modificano i processi biochimici del corpo. L'attenzione è quindi posta sia al linguaggio verbale sia a quello non verbale.

Mente e corpo sono infatti strettamente interconnessi, basti pensare a come durante l'esercizio fisico il cervello rilasci neurotrasmettitori quali la dopamina, la serotonina e le endorfine che hanno notevoli effetti sullo stato d'animo riducendo stress, ansia e depressione. Allo stesso modo pensieri, idee e convinzioni si ripercuotono sul corpo fisico come quando la forza mentale dell'atleta lo aiuta a superare i suoi limiti fisici. Un allineamento tra mente e corpo diventa quindi la forza vincente che consente di centrare il bersaglio.

Le consulenze del benessere olistico sono svolte ai sensi della legge n. 4/2013.

INFO: [www.nadiapetitpierre.com](http://www.nadiapetitpierre.com)  
info.artinteriore@gmail.com

IL PLUS

**La consulenza da remoto permette di scegliere un luogo confortevole, dove ci si possa sentire a proprio agio.**



\ **MARCHIO** I'm Noleggio  
\ **SETTORE** Automotive -  
Noleggio a breve, medio e lungo termine



# A lezione di noleggio

Un progetto di formazione per un settore in espansione, che necessita di preparazione specifica e aggiornamento costante

**L**a prima scuola di formazione sul noleggio di veicoli in Italia diventerà realtà tra qualche mese. Parte infatti a settembre la Noleggio Business School a opera di I'm Noleggio, che si prefigge l'obiettivo di formare tanti nuovi professionisti nel settore del noleggio veicoli. Un settore in continua espansione che però necessita di una preparazione specifica e di aggiornamento costante. Tutte componenti racchiuse nella Noleggio Business School.

Come spiega il fondatore di I'm Noleggio Riccardo Guercioni, si tratta di qualcosa di diverso di una semplice scuola di formazione: «È un vero e proprio percorso annuale» puntualizza Guercioni. «La formazione è solo uno degli aspetti di questo ambizioso progetto che, grazie alla sua componente pratica, permetterà a tutti coloro che partecipano di cominciare sin da subito a lavorare in questo settore assieme a I'm Noleggio».



## Il percorso nel dettaglio

«Mettiamo in campo tutto quello che quotidianamente facciamo: la Business School è un percorso completo, che va dalla presentazione del mercato alle tecniche di vendita, fino ad arrivare a tutte le competenze specifiche in materia da trasferire ai nostri professionisti. Lo faremo grazie al supporto di consulenti accreditati del settore e di strumenti tecnologici personalizzati» prosegue Guercioni.

«Il nostro reale obiettivo è trasferire un metodo chiaro e ripetibile, attraverso la nostra formula "Noleggio a lungo termine", per poter svolgere al meglio questa professione. Le competenze necessarie, che mettiamo a completa disposizione dei partecipanti, sono tante: un back office con esperienza e relazioni consolidate in questo settore, un reparto marketing e comunicazione con competenze verticali su tutto ciò che serve per portare reali risultati. Oltre a questo c'è il costante supporto operativo dei nostri mobility manager. Insomma: vogliamo differenziarci attraverso una proposta completa, per trasferire competenze pratiche sin dai primi giorni a tutti i partecipanti e creare nuovi professionisti nel mondo del noleggio».

INFO: [www.noleggio-business-school.it/imnoleggio](http://www.noleggio-business-school.it/imnoleggio), [info@imnoleggio.it](mailto:info@imnoleggio.it)

IL PLUS

**Grazie alla sua componente pratica, il percorso si prefigge l'obiettivo di rendere i partecipanti sin da subito autonomi nel settore del noleggio.**

\ MARCHIO Real Protection Agency  
\ SETTORE Sicurezza e investigazioni

Federico  
Iannoni  
Sebastianini

## La sicurezza al centro

L'equilibrio sociale, la lotta alla violenza, all'ingiustizia, al malaffare e alla prepotenza sono i principi su cui poggia questa attività

**F**ederico Iannoni Sebastianini opera nel comparto della sicurezza nel senso più completo del termine da circa 21 anni. La spinta a intraprendere questa professione è dettata dal desiderio di tutelare persone e cose. L'idea di equilibrio sociale, così come la lotta alla violenza e all'ingiustizia, la lotta al malaffare e alla prepotenza sono i principi che lo hanno avviato a questa professione. Inizia in un locale, dove per circa 4 anni gestisce situazioni a rischio. Da lì entra a far parte di una agenzia, dove mette a frutto il proprio bagaglio esperienziale. Inizia a prestare servizio su varie realtà lavorative, non solo locali, ma anche scorte a vip, politici, personaggi noti. Tra il 2000 e il 2001 decide di mettersi in proprio, e intraprende anche un percorso di studio inerente alla sua professione: frequenta corsi di formazione in Italia e all'estero.

### I servizi più richiesti

Una professione così particolare incuriosisce sempre e pertanto è interessante conoscere quali sono i servizi più richiesti. Come spiega Iannoni Sebastianini, la

sua attività è a 360 gradi in tutti i settori investigativi, la clientela negli anni si è fidelizzata su vari ambiti, ossia aziendale, commerciale, assicurativo, privato, familiare.

Iannoni Sebastianini si occupa anche di sicurezza, in Italia e all'estero, dall'addestramento alla formazione privata militare, per aziende private od organizzazioni governative. Inoltre fa consulenze per la messa in sicurezza di strutture per rappresentanti e politici di diversi paesi, nonché servizi di protezione per vip, calciatori, per personaggi del mondo del cinema, della tv e dello spettacolo, italiani e stranieri. Infine espleta anche servizi di sicurezza e investigazioni per la grande distribuzione organizzata italiana (supermercati, piattaforme di smistamento merce, magazzini) e servizi di sicurezza per imprenditori e studi legali, catene di negozi, case di moda e svariati altri settori.

INFO: Numero Verde 800 203330

[www.federicoiannonisebastianini.com](http://www.federicoiannonisebastianini.com)

[www.realprotectionagency.it](http://www.realprotectionagency.it)

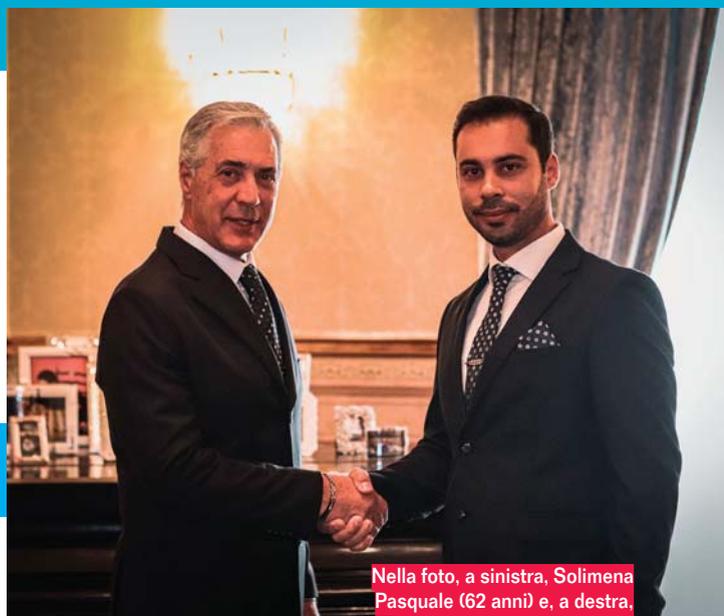
[realprotectioninvestigations@gmail.com](mailto:realprotectioninvestigations@gmail.com)

IL PLUS

L'esperienza e la formazione specifica, in Italia e all'estero, sono alla base di un lavoro svolto in sicurezza e con professionalità.



**MARCHIO** Solinvest Group  
**SETTORE** Serramenti e turismo



Nella foto, a sinistra, Solimena Pasquale (62 anni) e, a destra, Solimena Antonio (33 anni).

# Dal progetto alla realizzazione, quando ambizione e dedizione ripagano

Giovane imprenditore pugliese rivoluziona azienda di famiglia e fonda uno strumento per la gestione semplificata delle agevolazioni fiscali

**L**a curiosità non uccide, fortifica semmai. Arricchisce menti e rapporti e disarmia cliché. Ossigena orizzonti e imbellisce prospettive. A volte, poi, diventa una sana dipendenza: d'altronde che cosa sarebbe l'uomo senza ambizioni? È la filosofia di vita del giovane imprenditore Antonio Solimena attivo nel campo dei serramenti che, raccogliendo l'ormai 30ennale e prospera eredità paterna, La Serie Infissi, sta portando in Solimena's Home un'inaspettata e più che gradita ventata di freschezza ed esponenziale crescita. La parola investire suona come un ordine perentorio nel vocabolario dell'imprenditore pugliese, consapevole però che è verbo pieno d'insidie e trappole invisibili se non si accompagna alla prudenza, mai smarrito nel cambio generazionale.

## Vecchie e nuove realtà convivono serenamente

Nasce così Solinvest Group, una holding al cui interno convivono felicemente vecchie e nuove realtà: La Serie Infissi, Cessione Credito Facile e Welfare Suite. Cessione Credito Facile si compone di un te-

am di esperti che mette a disposizione del soggetto richiedente, sia esso un privato, un'impresa operante nel campo delle ristrutturazioni o serramentista, una piattaforma web dedicata per seguire passo passo il processo di gestione delle pratiche volte all'ottenimento degli incentivi fiscali, fino alla loro monetizzazione. Grazie ad accordi e convenzioni con partner finanziari disposti ad acquistare i crediti delle imprese, inoltre, promette di risolvere, in tempi brevissimi, il problema principale legato alle manovre statali, e cioè la monetizzazione dei suddetti crediti. Con l'ultima nata Welfare Suite, invece, l'imprenditore punta al settore turistico-alberghiero pugliese con l'idea di creare, insieme a un pool in fase di definizione, luoghi unici in cui soggiornare col massimo confort e relax.

«Le esigenze e le richieste dei clienti sono ogni giorno fonte di ispirazione» sottolinea l'imprenditore «che mi spingono a intraprendere sempre nuove strade. L'ambizione è l'essenza della vita».

INFO: 3406114508, [www.solinvestgroup.it](http://www.solinvestgroup.it),  
[www.cessionecreditofacile.com](http://www.cessionecreditofacile.com)  
[solinvestgroup@gmail.com](mailto:solinvestgroup@gmail.com)

IL PLUS

**Un cambio generazionale sereno, che pone le sue basi su un principio guida: investire sì, ma con cautela.**



**L4Y**  
LOGISTICS  
4YOU

**MARCHIO** Logistics4You  
**SETTORE** Trasporti espressi e dedicati

# Trasporti veloci e sicuri: la nuova strada per il successo

La logistica professionale affrontata con rigore scientifico,  
in modo che si possano garantire consegne al minuto

**L**a pandemia l'ha insegnato: creare prodotti eccellenti è importante, ma non basta per essere competitivi e vincenti sul mercato globale di oggi. Occorre anche saper portare quei prodotti al cliente finale tramite un servizio di spedizioni rapido, efficiente e soprattutto sicuro. Che non perda un colpo. In questo scenario, un'azienda sta aiutando migliaia di imprese in Italia e in Europa a farlo con grande successo, tanto che nei primi 4 anni di attività ha visto il fatturato schizzare del 350%. Si tratta di Logistics4You, specializzata nelle spedizioni espressa e dedicate: la soluzione di trasporto privilegiata per tutte quelle occasioni in cui c'è bisogno di velocità e qualità del servizio massime. «Il nostro segreto» dice Cristian Fazi, direttore Italia di Logistics4You «è aver puntato da subito su una flotta di 1.500 van veloci, disponibili h24, pronti a caricare entro 3 ore dalla conferma e a raggiungere ogni angolo d'Europa entro 24 o al massimo 48 ore. Viaggiando anche di domenica, raggiungendo anche i centri

storici o le zone a traffico limitato. Tutti asset molto apprezzati dai nostri clienti».

## Garanzia al minuto

Logistics4You garantisce il trasporto con una precisione che arriva al minuto: per ogni eventuale ritardo sui tempi concordati, l'azienda offre infatti il rimborso integrale del servizio. Questo perché ogni trasporto è studiato nel minimo dettaglio e completamente ritagliato sulle esigenze del cliente. I van veloci Logistics4You sono dedicati, in quanto caricano e trasportano la merce di un solo cliente alla volta, e sono espressi perché non effettuano soste intermedie (in magazzini di smistamento, per esempio). Per questo possono pianificare le migliori rotte con i *transit time* più rapidi, garantendo al tempo stesso massima sicurezza contro furti o danneggiamenti della merce. «Il nostro più grande orgoglio? Sicuramente il tasso di soddisfazione cliente del 99,96%» aggiunge Fazi. Il quale è anche autore del libro *Spedire è facile (Se sai come farlo)*. INFO: [www.logistics4you.express](http://www.logistics4you.express) marketing@logisticsforyou.info



IL PLUS

**Velocità, capillarità, sicurezza: 3 parole chiave, fondamentali e strategiche, quando si parla di spedizioni in tutta Europa.**



# millionaire



è

IN EDICOLA



è

**TABLET**

VERSIONE  
INTEGRATA  
CON CONTENUTI  
INTERATTIVI  
SU APPLE STORE

è **IN VERSIONE  
DIGITALE**

CON PDF SFOGLIABILE  
A 2,50 EURO SU

<https://millionaire.sfogliare.it>

è **WEB**

[www.millionaire.it](http://www.millionaire.it)

IL PORTALE DI BUSINESS PIÙ LETTO

[www.franchisingcity.it](http://www.franchisingcity.it)

TUTTO SULL'AFFILIAZIONE

è **SOCIAL**

OGNI GIORNO NOTIZIE,  
CONSIGLI, STORIE PER DIVENTARE  
PROTAGONISTI DELLA PROPRIA VITA

[facebook.com/millionaire.it](https://facebook.com/millionaire.it)

[facebook.com/franchisingcity](https://facebook.com/franchisingcity)

[twitter.com/millionaireit](https://twitter.com/millionaireit)

[www.instagram.com/millionaire\\_rivista](https://www.instagram.com/millionaire_rivista)

<https://linkedin.com/company/millionaire>



## GLI INGEGNERI ESPERTI DI DIGITAL

Costituita nel 2014 dal Ceo Maurizio La Rocca, **arimas** è un'azienda italiana impegnata nella consulenza ingegneristica avanzata e sull'innovazione. Gestisce la fornitura di servizi in vari settori di mercato: aerospaziale e difesa, telecomunicazioni, media, industria automobilistica, infrastrutture, energia, nucleare, servizi finanziari e altro ancora. Occupata nella consulenza nei servizi tecnologici e nella trasformazione digitale, consulenza in ricerca e sviluppo tecnologico (R&D), sui sistemi organizzativi e di informazione, consulenza strategica e di gestione, **arimas** è in grado di affrontare le sfide quotidiane dei clienti nelle continue evoluzioni del mondo digitale.  
**INFO:** tel. 0863 1865635, 349 4706493, [www.arimas.com](http://www.arimas.com), [amministrazione@arimas.com](mailto:amministrazione@arimas.com)

## Disinfezione, astenersi perditempo

L'efficacia dei sistemi deve essere comprovata da prove scientifiche e certificazioni che ne attestino la validità.

**S**e è vero che la pandemia da Covid 19 ha portato alla ribalta la necessità di perseguire la strada della disinfezione in maniera più rigorosa, attenta e seria, è altrettanto vero che sono comparsi sul mercato i più disparati dispositivi, alcuni dei quali esenti da prove scientifiche o certificazioni che ne comprovassero l'efficacia. In questo scenario, Work in Progress Bio-Medical, presente sul mercato da anni, si è differenziata offrendo non solo una soluzione valida al problema, ma ha addirittura diminuito i prezzi per andare incontro a quelle strutture che necessitavano di essere aiutate nella lotta contro il virus, ma che non hanno la capacità economica per potersi munire di un sistema valido. L'efficacia del sistema è stata dimostrata, negli anni precedenti la pandemia, attraverso test scientifici eseguiti dal laboratorio di Microbiologia e Virologia dell'Università Vita e salute del San Raffaele di Milano. Microdefender ha superato tutti i test: la tecnologia è in grado di fornire la sicurezza di avere all'interno delle proprie strutture un sistema in grado di debellare ogni genere di virus, batterio, o spora, essendo peraltro un sistema con efficacia riconosciuta contro il Covid 19. **INFO:** tel. 039 6080590, [www.microdefender.it](http://www.microdefender.it), [info@wpbiomed.it](mailto:info@wpbiomed.it)



Ricerca e sviluppo al servizio dell'impiantistica sportiva. Stabilità delle superfici, giocabilità e sicurezza per gli atleti sono gli obiettivi dei prodotti proposti.

## Il futuro dei campi da gioco

**R**icerca e sviluppo al servizio dell'impiantistica sportiva e con lo scopo di fornire a livello globale superfici in erba naturale rinforzata all'avanguardia. È questa la mission di FlexGrass, azienda svizzera nata dalla professionalità dei fratelli Fabio e Lorenzo Travaini. Vertex e Horizon sono i loro fiori all'occhiello, due sistemi di rinforzo per erba naturale progettati per i campi da gioco cosiddetti "ibridi": si tratta di superfici naturali rinforzate da fibre di erba artificiale. La continua ricerca e la voglia di innovazione hanno portato allo sviluppo di prodotti 100% riciclabili, durevoli ed eco-friendly, capaci di soddisfare a pieno le esigenze degli utilizzatori finali: stabilità delle superfici, giocabilità e sicurezza per gli atleti sono gli obiettivi dei prodotti proposti dall'azienda. FlexGrass è calcio, ma non solo: i sistemi ibridi Vertex e Horizon sono le soluzioni ideali per tutte le superfici sportive in erba naturale che necessitano il raggiungimento di elevate performance, trovando spazio anche negli impianti destinati a rugby, tennis, golf, polo o corse di cavalli. Gli sviluppi tecnologici dei prossimi anni vedranno l'utilizzo di nuovi materiali e tecnologie avanzate: FlexGrass si candida ad essere protagonista, le novità non si faranno attendere.  
**INFO:** +41765710184, [www.flexgrass.ch](http://www.flexgrass.ch), [info@flexgrass.ch](mailto:info@flexgrass.ch)



Nell'era dell'intelligenza artificiale, fatture, ricevute e scontrini cartacei sono anacronistici. Con pochi clic, ecco come mettere ordine nel caos delle scartoffie.

## Digitalizzazione dei documenti, ci pensa una App

In un mondo sempre più orientato alla digitalizzazione, che ormai ha a portata di mano l'intelligenza artificiale, far girare ancora fatture, ricevute e scontrini cartacei appare decisamente anacronistico. E allora, quanto sarebbe utile un'App che, fotografando una qualsiasi spesa, sia in grado di leggerla, "comprenderne" la natura e la tipologia e quindi archivarla nella casella giusta? Fees sta per spese, quindi scontrini, ricevute fiscali, fatture riposte in quel cassetto, poi in quell'altro, smarrite e poi ritrovate. In una parola: caos. Fees è il nome dell'App pensata per fare ordine nel marasma di carte, digitalizzandole. L'App è in grado di digitalizzare il contenuto di una spesa in pochi secondi, conservando la copia originale fotografata che è valida a fini legali, è come avere uno scanner in tasca, ma a costo zero. Quanto è importante registrare le proprie spese? Tenere traccia nel proprio account di tutte le spese è estremamente importante al giorno d'oggi. Con Fees, spesa è sinonimo di risparmio, in termini di tempo e denaro. Le garanzie sugli acquisti sono sempre al sicuro, inoltre sarà molto più semplice rendicontare le spese detraibili, i documenti necessari per preparare il 730 e persino le nota spese. Per iniziare, basta scaricare l'App Fees su App store e Google Play e registrarsi. INFO: <https://fees.world>, support@fees.world



## Vestire i bambini dinamici e sempre in movimento

Una proposta in franchising per l'apertura di negozi dedicati all'easy to wear dei più piccoli.

iDO, brand di Miniconf, continua a investire nello sviluppo della sua rete, promuovendo un concept store innovativo volto a enfatizzare l'immagine grintosa e cosmopolita del brand e lo stile trendy e moderno delle collezioni, perfette per la quotidianità dei bambini sempre in movimento. Lo sviluppo del franchising, obiettivo focus del retail iDO, pone massima attenzione sia nella scelta dei partner sia delle location per le nuove aperture. Alla base del successo vi è una formula franchising pensata per rispondere alle attuali esigenze del mercato e del consumatore e un brand di tendenza, easy to wear, con un ottimo rapporto qualità/prezzo che fa della coordinabilità uno dei punti di forza della collezione. Una rete in continua espansione: nel mese di maggio, infatti, sono stati inaugurati due store in franchising, uno a Capo d'Orlando, in Sicilia, l'altro a Tortoli in Sardegna. Inoltre, è stato realizzato il restyling del Flagship iDO nel centro commerciale I Gigli, a Campi Bisenzio (Fi). «Per la prossima stagione autunno-inverno abbiamo già in programma nuove aperture, frutto della strategia comunicativa della nostra formula franchising e della crescita di attrattività commerciale del brand a livello nazionale» condivide Dario Abbate, Retail Sales & Franchising Development Manager Italia iDO. Chi desidera aprire un negozio in conto vendita iDO potrà contare su una formula franchising senza royalty né fee di ingresso. INFO: [www.ido.it/it/franchising](http://www.ido.it/it/franchising), infofranchisingido@ido.it

## A LEZIONE DI MERCATI FINANZIARI

AF Management propone un percorso personalizzato sui mercati finanziari, adatto sia a chi parte da zero sia per gli esperti che vogliono implementare strategie e conoscenze. Il percorso è strutturato in 10 moduli, con compiti da svolgere a ogni lezione: alla fine di ciascun modulo si terrà un esame finale su tutti gli argomenti svolti. La formazione one to one si svolgerà in live su zoom, gli orari sono flessibili e si adattano in funzione delle diverse esigenze, con un supporto dedicato alla prenotazione. INFO: <https://afmanagementltd.com>, [afmanagement91@gmail.com](mailto:afmanagement91@gmail.com)

Alfonso Forlenza

## CYBER-CRIMES: DIFENDERSI È POSSIBILE, FARSI TROVARE PREPARATI È INDISPENSABILE

**Nel 2020 imprese e professionisti sono stati oggetto di crimini informatici in media ogni 4 ore, con stime di crescita esponenziali. Il monitoraggio della sicurezza informatica assume un peso determinante nelle moderne attività regolate dai processi digitali e la prevenzione di qualsiasi interferenza dall'esterno è diventata un obiettivo primario per salvaguardare produzioni e dati sensibili.**

**BlendIT promette: «Con noi è più facile di quanto si possa immaginare». INFO: [www.blendit.it](http://www.blendit.it)**



Due mondi apparentemente distanti si avvicinano sui campi da golf.

## Sport e trading, investire nella passione



Che cos'hanno in comune due mondi apparentemente distanti come quello del golf e quello del trading? First Coincidence è la risposta. Chi pratica il golf ha l'opportunità di coniugare la propria prestazione finanziaria e sportiva, grazie alla formazione offerta dalla startup di Antonio Bisignani. Sua è l'idea, attuata insieme a Felice Massa. Un connubio strategico che vede First Coincidence sponsor a Monticello Golf, noto club del panorama italiano. Altri due circuiti, Best 18 e Best 18 Luxury, si avvarranno a breve della formazione di First Coincidence, fondata sulla tecnologia e sulla conoscenza. First Coincidence propone clinic esclusive (soggiorno, formazione di golf e trading e gara di golf), completate dall'accrescimento della propria conoscenza, consapevolezza e libertà finanziaria. Investendo nella formazione si acquisiscono vantaggi economici importanti: dal 30% di risparmio fiscale, alla partecipazione a un progetto ad alto potenziale, all'accesso al corso presso la Lugano Trading Academy. Mai due mondi apparentemente distanti sono stati così vicini. **INFO:** tel. +41798558000, [www.firstcoincidence.com](http://www.firstcoincidence.com), [coincidence@golfandtrading.com](mailto:coincidence@golfandtrading.com)



Paolo Borghetti

## Consulente? No, mentor

Un team di manager e imprenditori che comprendono i problemi delle imprese. Come? Li hanno già vissuti sulla propria pelle.

**N**on essere consulenti, ma veri e propri mentor. Questa è la mission di Future Age, organizzazione manageriale specializzata in *change management* e innovazione ad alto impatto. «Mentre il consulente elabora e conduce piani formativi per valorizzare il personale, il mentor entra a far parte della cultura dell'azienda, migliorandone il clima e motivando le persone» spiega Paolo Borghetti, Ad di Future Age. «Il nostro team è composto da manager e imprenditori che comprendono i problemi delle imprese, perché li hanno vissuti prima. Troppo spesso gli imprenditori si sono imbattuti nei risultati tipici di una consulenza strategica, organizzativa: tanta carta, poche idee e poco business. Noi condividiamo il rischio di impresa, mettendo gran parte del nostro compenso in mano a risultati concreti e misurabili». Il 70% dell'attività dei mentor di Future Age viene svolta all'interno dei reparti produttivi, vivendo quotidianamente l'azienda e lavorando a quattro mani con la proprietà. Il mentor sa bene che entrare in una cultura aziendale nuova è complesso, perciò in punta di piedi si fa convalidare dell'organizzazione e poi, tramite determinazione e carisma, porta l'umanesimo in azienda. Sui 3 pilastri fondamentali di ogni azienda, organizzazione, distribuzione e innovazione, il mentor propone efficacemente un obiettivo centrato con i sogni dell'imprenditore, costruendo insieme la strategia più efficace. **INFO:** 0303399568, <https://future-age.eu>, [info@future-age.eu](mailto:info@future-age.eu)



## In viaggio nel tempo

Un orologio dall'alto contenuto simbolico. Alla base del progetto, non solo la passione per l'orologeria, ma anche la volontà di lanciare un messaggio.

**L'**orologeria è piena di creazioni fantastiche e questo gli appassionati lo sanno. Oggi questo universo sempre in movimento si arricchisce di un nuovo e unico segnatempo, Petrus, prodotto in tiratura limitata dalla italiana Kefa. Petrus è dotato di un movimento automatico svizzero e, in via esclusiva e con autorizzazione delle Autorità Vaticane, riporta l'emblema dello Stato della Città del Vaticano sul quadrante e quello di Papa Francesco sul fondello. Con un design artistico speciale dal forte contenuto simbolico, caratterizzato da materiali di pregio e linee classiche ed essenziali, Petrus è, per Kefa, molto più di un semplice segnatempo. Alla base del progetto, infatti, non c'è solo una grande passione per l'orologeria, ma anche la volontà di lanciare un messaggio e fare del bene. È per questo che Kefa si impegna a destinare parte dei ricavi alle attività benefiche della Fondazione Scienza e Fede, Stoq, che promuove il dialogo tra la Chiesa e il mondo della scienza. Un orologio quale scrigno di valori e mezzo di comunicazione, quindi, capace di aggregare tutte quelle persone che lo sceglieranno: con Petrus nasce anche il Club Kefa, che promuoverà momenti di incontro e interscambio tra i proprietari dell'orologio in location esclusive italiane. Petrus e Kefa partono per uno splendido viaggio nel tempo. **INFO:** 324 8026744, 389 2326619, [www.kefacollection.com](http://www.kefacollection.com), [info@kefacollection.com](mailto:info@kefacollection.com)

 JustKnock!

**Marianna Poletti**



## Trovare lavoro inviando idee

I candidati non devono inviare un asettico cv, ma proporre un progetto in grado di mostrare la propria unicità.

**S**u Just Knock i classici annunci di lavoro vengono trasformati in sfide. Sì, perché la domanda a cui devono rispondere i candidati è la seguente: «Se fossi tu a ricoprire il ruolo che stiamo cercando e dovessi affrontare una delle tipiche attività previste, cosa proporresti?». Dunque, per rispondere agli annunci, i candidati non devono inviare un asettico cv, ma proporre un progetto in grado di mostrare la propria unicità e che cosa sanno concretamente fare. Le aziende che ricevono i progetti, li valutano completamente al buio: solo dopo averlo visionato, potranno accedere anche al curriculum personale. Al centro della selezione di Just Knock ci sono dunque merito, motivazione e innovazione. Just Knock è anche un'agenzia media che offre servizi di comunicazione per aiutare le aziende a creare contenuti e strategie di *employer branding*, con l'obiettivo mostrare il dietro le quinte delle aziende in modo autentico e attrarre i migliori talenti. Alla guida dell'azienda, Marianna Poletti, giovane imprenditrice milanese che in soli 5 anni ha costruito una community di oltre 120mila utenti iscritti e la collaborazione con più di 80 aziende, siano esse piccole startup o grandi realtà come Alleanza, Beretta, Italgas, Lamborghini, Telepass.

**INFO:** [www.justknock.it](http://www.justknock.it), [info@justknock.it](mailto:info@justknock.it)



## E-COMMERCE SOSTENIBILE IN 5 MOSSE

Ogni giorno milioni di prodotti e servizi vengono venduti attraverso piattaforme di e-commerce, mobilitando tutta la filiera, dai merchant alla logistica, con un conseguente impatto sull'economia e sull'occupazione, ma anche sull'ambiente. Ecco come, secondo **Shopify**, *player* del commercio globale, ridurre l'impatto in 5 mosse. **1. Nei siti web, evitare l'utilizzo di foto e video in alta risoluzione. 2. Sul fronte del packaging, scegliere imballaggi green per le spedizioni. 3. Utilizzare materiali a basso impatto per realizzare i propri prodotti e privilegiare l'impiego di energia rinnovabile. 4. Investire in progetti di compensazione delle emissioni di CO2. 5. Puntare sul lavoro flessibile, offrendo la possibilità dello smart working ai propri dipendenti.** **INFO:** [www.shopify.com](http://www.shopify.com)



## I ROBOT AL SERVIZIO DELL'AGRICOLTURA

**Smartisland è una startup siciliana il cui core business è basato sullo sviluppo di tecnologie di intelligenza e visione artificiale applicata all'agroalimentare. Il prodotto ideato si chiama Daiki, robot capace di monitorare lo stato di salute, idrico, chimico e nutritivo di una coltivazione, in modo da trattare e irrigare, in base ai fabbisogni delle piante, evitando sprechi e squilibri, che potrebbero causare malattie. Daiki si presta in ogni azienda agricola, anche quelle di piccole dimensioni, e promette risparmi stimati intorno al 40% delle risorse, a vantaggio della produttività. Daiki controlla anche l'automazione: può aprire e chiudere ogni attuatore presente in azienda. INFO: 0933461993, 3883692718, [www.smartisland.it](http://www.smartisland.it), [marialuisacinquerrui@gmail.com](mailto:marialuisacinquerrui@gmail.com), [smartislandsegreteria@gmail.com](mailto:smartislandsegreteria@gmail.com)**

Allenamenti individuali, mobili e mirati a obiettivi personalizzati

## Fit delivery, la risposta a un mercato che sta cambiando



**S**tofit ha come obiettivo quello di cambiare il concept di fitness in Italia, rendendolo unico, veloce, efficiente, personalizzato e tecnologico. La fondatrice Jasmine, una giovane donna di 24 anni, ha risposto alla richiesta del mercato fitness che sta cambiando: in un'era frenetica, dove il tempo è la più importante risorsa e dove prendersi cura di sé diventa sempre più difficile, occorrono nuovi format. Storefit allena in modo completo in 20 minuti grazie alla tecnologia

ems. Tuttavia la vera forza di Storefit è l'esperienza di fitness che fa vivere ai clienti.

Nei centri Storefit si crea un'atmosfera intima con allenamenti individuali, mirati alle esigenze della persona e con un'atmosfera personalizzata. E, se qualcuno non può andare nel centro Storefit, Storefit va da lui. Il fit delivery è la rivoluzione del fitness: consente alle persone di allenarsi comodamente da casa o in ufficio con il proprio personal trainer senza rinunciare ai benefici del centro. Che si abbia voglia aprire un centro, dare un valore aggiunto alla propria attività o semplicemente se si ama il settore, Storefit ha la soluzione.

INFO: tel. 800202044, [www.storefit.it](http://www.storefit.it)  
[amministrazione@storefit.it](mailto:amministrazione@storefit.it)

Le strategie che hanno generato 21,7 miliardi di dollari nero su bianco.



## Il marketing in un'enciclopedia



**C**on più di 10mila clienti in tutto il mondo, oltre 400 settori sui quali ha testato le ultime tecniche in fatto di marketing, Jay Abraham è il consulente che durante la sua carriera ha lavorato con imprenditori milionari quali Tony Robbins, Diamond John e Dave Asprey, moltiplicandone i guadagni. Dopo una vita intera di lavoro, conferenze

tenute in tutto il mondo e un fatturato generato per i suoi clienti di 21,7 miliardi di dollari, Abraham ha messo nero su bianco tutto ciò che ha imparato, testato e implementato. La legge della preminenza che ogni imprenditore dovrebbe sempre ricordare, i 7 passi da seguire per creare una campagna di marketing da zero, come entrare nella mente dei clienti per strappare i loro desideri più nascosti: sono solo alcuni degli insegnamenti riversati nelle oltre 600 pagine in grado di incrementare il fatturato di qualsiasi libero professionista, imprenditore o venditore.

Questi contenuti sono arrivati in Italia, in un'enciclopedia che ha già venduto migliaia di copie da quando è stata lanciata sul mercato pochi mesi fa. INFO: [www.encyclopediajayabraham.com](http://www.encyclopediajayabraham.com)



Una società di consulenza e formazione accompagna la crescita di imprenditori e professionisti. Ce ne parla il co-fondatore **Michele Tampieri**

## “Fare” marketing è una cosa seria

### Michele, come stanno cambiando le strategie di vendita e comunicazione?

«Sono 5 i nuovi trend:

- 1.** Informarsi su clienti e tendenze. L'83% dei consumatori è più predisposto ad acquistare da aziende che dimostrino di conoscere i suoi interessi.
- 2.** Acquisire nuove competenze di vendita. Comunicare attraverso video, webinar, live, è il nuovo modo di fare tv. Occorre che l'imprenditore sappia come fare e (soprattutto) cosa dire.
- 3.** Misurare e ottimizzare. Non esiste una strategia bella o brutta, ma solo una che porti performance o meno.
- 4.** Rivedere i processi di vendita. Strategie basate su dati e informazioni permettono alla rete vendite di ricevere contatti più interessati e consapevoli, evitando di sprecare tempo e soldi.
- 5.** Trasformazione digitale. Le aziende stanno accelerando questo percorso».

### Quanti e quali sono gli obiettivi che un'azienda dovrebbe porsi in tema di marketing?

«Sono 4:

- 1.** Creare il proprio pubblico, trasformando il traffico a pagamento (esempio sui social) in traffico di proprietà (database) in modo da iniziare a costruire una relazione basata su contenuti di valore. “Fare” marketing significa creare una relazione con il proprio target.
- 2.** Puntare al break even. Occorre creare offerte di inizio acquisto in grado di far “assaggiare” il proprio prodotto/servizio. Raggiungere il break even, ovvero il pareggio dei costi pubblicitari,



permetterebbe a un'attività di generare clienti a costo zero.

- 3.** Aumentare vendite e profitti. Ossia trasformare il “No” in “Non ora” attraverso una comunicazione che valorizzi i propri prodotti e servizi, mantenendo un contatto costante con i potenziali clienti.
- 4.** Scalare i numeri di marketing (e business): aumentare la diffusione mediatica ha come conseguenza la valorizzazione del proprio brand e l'aumento numerico di clienti/vendite/fatturati».

### Il metodo Funnel Company in che cosa

**consiste?** «Sono centinaia le aziende che sono cresciute grazie a un approccio composto da 3 elementi. Il primo è Marketing Formula (marchio registrato), che rende l'imprenditore autonomo. Il secondo sono gli strumenti necessari (Funnel e Crm) per creare e ottimizzare i vari processi. Il terzo (fondamentale) elemento è la “componente umana”: un consulente dedicato accompagna l'azienda per 6-12 mesi nello sviluppare e ottimizzare il proprio sistema di marketing/commerciale».

INFO: [www.funnelcompany.com](http://www.funnelcompany.com)

A Bari, un bar-pasticceria diventa un brand, con 4 locali e un b&b. Obiettivo per il futuro, crescere nelle regioni del Centro-Nord.

## Commercianti? No, imprenditori

**N**el 2010 la famiglia Lampugnani, composta da Vincenzo e Rosella e dai due figli Marco e Giuseppe, acquista un bar. Si chiama Frizzcafé e sarà la base di un progetto di più ampio respiro che li vede oggi impegnati nella gestione di 4 locali, un b&b e, anche, di un portale finalizzato al confronto tra imprenditori pugliesi.

Frizzcafé è dunque diventato un vero e proprio brand, il cui obiettivo per il prossimo futuro è crescere anche nelle regioni del Centro-Nord Italia: «Non c'è nulla che possa fermare l'imprenditore, nemmeno la pandemia». Sono le parole di Giuseppe Lampugnani, il quale, non a caso, sta conseguendo un master in Sviluppo delle piccole e medie imprese presso l'Università Cattolica di Milano.

**Giuseppe, torniamo indietro nel tempo. Come e quando nasce il vostro progetto?** «La nostra famiglia ha sempre lavorato nell'ambito della ristorazione, così nel 2010 abbiamo acquistato un bar-pasticceria a Bari. Abbiamo deciso di lasciare il nome, si chiamava già Frizzcafé, ma abbiamo ridisegnato il layout del locale, impostandolo a nostra immagine e somiglianza. L'idea sottesa al nostro progetto è da sempre una: si viene da noi per gustare buoni prodotti, ma anche per vivere un'esperienza. I nostri sono locali di tendenza, non a caso puntiamo molto sul packaging, sul marketing e collaboriamo con influencer. L'attenzione è molto alta anche sui temi sociali: organizziamo eventi per promuovere la sostenibilità ambientale o per raccogliere fondi da devolvere in beneficenza».

**Oggi Frizzcafé non è più solo un bar, ma un brand. Com'è diversificata l'attività?** «Nel 2012 abbiamo acquistato un altro locale a Bari e nel 2017 un altro ancora, questa volta a Torre a Mare (Ba). E sempre a Torre a Mare, nel 2018, ci siamo aperti al mondo



Giuseppe Lampugnani

dell'ospitalità, acquisendo un b&b, abbiamo quindi iniziato a diversificare l'offerta. E, sempre per diversificare, a ottobre 2020 abbiamo inaugurato Frizzlab, nel cuore di Bari, con il quale abbiamo portato il focus sul salato. Si tratta infatti di un bistrot e di un cocktail bar, dove si viene per incontrarsi, per ascoltare musica, oltre naturalmente per degustare le nostre proposte». **Frizzlab nasce quindi in piena pandemia. Lavorando nel canale Horeca, uno dei più penalizzati dall'emergenza sanitaria, come avete vissuto questo periodo così difficile?** «Soprattutto all'inizio c'era tanta paura. Poi, a mio avviso, l'emergenza sanitaria ha messo in luce le competenze e la solidità delle imprese. Chi ha saputo diversificarsi, per esempio con il digitale, ha potuto comunque lavorare con il delivery: noi per esempio abbiamo fatto asporto, consegne a domicilio, catering. Ma, ancor di più, quello che ha davvero fatto la differenza è stato il background delle aziende: fatturati stabili, spese



oculate, competenze, credibilità con i propri fornitori hanno fatto sì che si reggesse al colpo inferto dalla pandemia. In questi momenti, a fare davvero la differenza è la solidità delle imprese».

**Tanto che voi avete aperto un altro locale e anche il portale. Non avete avuto alcun dubbio nel portare avanti questi investimenti?** «Non c'è nulla che possa fermare l'imprenditore. Al massimo si possono parcheggiare per un attimo idee, progetti e obiettivi, ma per far crescere un'attività gli investimenti devono andare avanti. Il rischio dell'imprenditore c'è sempre, ma la visione strategica e la solidità di cui si diceva ci hanno imposto di non farci scappare l'opportunità di acquistare un bel locale in centro città, arricchendo così la nostra offerta. Oggi siamo una realtà strutturata, con 45 dipendenti, un ufficio amministrativo di una certa portata. Siamo imprenditori, non commercianti. Ed è questa la filosofia con cui ci avviciniamo al mercato.

Quanto al portale, è nato a marzo 2020, proprio all'inizio della pandemia. L'obiettivo è stato quello di creare una community di imprenditori pugliesi: raccontare storie, confrontarsi, crescere».

**A proposito di crescere: avete ulteriori progetti di sviluppo?** «Il progetto più grosso è sviluppare il brand anche nelle regioni del nord e del centro Italia, continuando a gestire internamente la catena, ma affidandoci anche ad affiliati. In altre parole, siamo alla ricerca di talenti in tutta Italia da inserire nella nostra impresa non solo come dipendenti, ma anche come manager. Un altro obiettivo, questa volta mio personale, è quello di diventare un consulente d'impresa. Non a caso sto conseguendo un master in Sviluppo delle piccole e medie imprese presso l'Università Cattolica di Milano».

◀ ◊ ◊ ◊ ◊  
**frizzLAB** • frizzcafé  
BARI



Tel. 3406775540  
[www.lvmcorporation.it](http://www.lvmcorporation.it)  
[gfrizzgroup@gmail.com](mailto:gfrizzgroup@gmail.com)

# Servizi digitali avanzati per agenti immobiliari



**REGOLD.** Regold è la creatura di Diego Caponigro: dottore in Economia, Nar ambassador per l'Italia, Presidente di Oid, ambasciatore del turismo per il Principato di Monaco, ma soprattutto Ceo e founder della realtà italiana esperta in servizi digitali per gli agenti immobiliari. Regold è il partner strategico (e necessario) per gli operatori del Real Estate, sostenendoli nel lavoro quotidiano e nel superare gli ostacoli della burocrazia. Con un'ampia gamma di strumenti interamente progettati per servire gli agenti, Regold permette di velocizzare e rendere sicuri gli adempimenti attraverso processi garantiti, senza incorrere in rischi di sanzioni. L'offerta prevede servizi di registrazione locazioni e preliminari, firma elettronica, antiriciclaggio, privacy, deposito formulari e molto altro. Soluzioni costantemente aggiornate e che assicurano la conformità alla legge per annullare ogni possibilità di errore. Tra i punti di forza dell'azienda di Caponigro, l'assistenza puntuale e la piena disponibilità a rispondere a ogni esigenza dei clienti, persino durante eventuali controlli. Clienti che sono in continuo aumento: nel 2021 le agenzie che si servono quotidianamente di Regold sono più di 7.000. **INFO:** tel. 02 61299211, [www.regold.it](http://www.regold.it)

## STRATEGIE DI SUCCESSO

1. Soluzioni che semplificano gli adempimenti e garantiscono la piena osservanza alle normative.
2. Assistenza affidata a esperti del settore, sempre disponibili a supportare gli agenti in ogni loro bisogno.
3. I servizi proposti neutralizzano i rischi di multe e sanzioni. In caso di controlli sono gli esperti dell'azienda a interfacciarsi con le autorità.

## PROPOSTA FRANCHISING

# FARE BUSINESS CON LA NATURA

**AMATÈ.** Un'opportunità per chi desidera lavorare nel settore della cosmesi naturale: dopo anni di ricerca e grazie a tecnologie e nozioni innovative, nasce Amatè, una linea completa di prodotti di igiene personale e cosmesi naturale, che rappresenta una sintesi perfetta di naturalità e innovazione tecnologica. Preziosi alleati per il benessere e la cura quotidiana di donne, uomini e bambini, i prodotti di cosmesi Amatè sono stati formulati seguendo esclusivamente le linee guida dettate dall'Oms (Organizzazione mondiale della Sanità) e dalla Lilt (Lega italiana per la lotta contro i tumori), al fine di tutelare la salute della persona. Gli appassionati del settore salute, benessere, bioprofumeria ed erboristeria possono entrare a far parte della rete di franchising Amatè. A oggi sono 25 le strutture affiliate. Per entrare nel network non occorre un'esperienza o una formazione pregressa specifica e non sono previste royalty. La durata del contratto è di 5 anni, l'investimento iniziale è di 14.700 euro.

**INFO:** tel. 320 0780611, [www.amateitalia.it](http://www.amateitalia.it), [amministrazione@amateitalia.it](mailto:amministrazione@amateitalia.it)



## STRATEGIE DI SUCCESSO

1. Prodotti di derivazione naturale al 100% Made in Italy.
2. Solo principi attivi vegetali selezionati.
3. Sono adatti a ogni tipo di pelle, anche quelle più sensibili, perché formulati senza parabeni, coloranti, propileni, laurilsolfato.

## 101 MOTIVI PER CRESCERE INSIEME



### STRATEGIE DI SUCCESSO

**101CAFFÈ.** "L'aver pensato in grande, pensando italiano, credo sia stata una delle chiavi del successo della mia azienda". Sono le parole di Umberto Gonnella, fondatore e Ceo di 101Caffè, che nel 2010 iniziò a disegnare quella che oggi è la catena di negozi in franchising specializzata in caffè e bevande in cialde e capsule per tutte le macchine presente a livello globale. Un'azienda fatta di sapori, aromi e sogni, con una vocazione tecnologica che permette ai negozi affiliati di essere sempre connessi coi clienti, in modo fisico e digitale, e di non perdere una sola opportunità. Caffè e bevande sono di esclusiva produzione italiana. Nel retrobottega virtuale di ogni negozio c'è il team di 101Caffè che supporta l'affiliato in ogni ambito dell'attività e col quale sin da subito stringe un rapporto di collaborazione, fiducia, spesso di amicizia. Perché in 101Caffè tutti, dal primo magazziniere all'ultimo affiliato entrato in squadra, lavorano con un unico obiettivo: crescere insieme, sempre. Anche nei giorni più bui della pandemia, dove affiliati e team 101Caffè hanno dato il meglio di sé, introducendo da quel momento alcuni servizi aggiuntivi come le consegne a domicilio. Per conoscere come aprire un negozio 101Caffè, si può accedere ai webinar on demand su [www.101caffè.it/eventifranchising](http://www.101caffè.it/eventifranchising)  
**INFO:** Numero Verde 800 141727, [www.101caffè.it](http://www.101caffè.it), [franchising@101caffè.it](mailto:franchising@101caffè.it)

**1. 150 negozi in Italia e nel mondo con un retrobottega virtuale dove il team della casa madre supporta gli affiliati.**

**2. Negozi sempre aperti anche nelle zone rosse (poiché generi alimentari). Mercato in forte crescita.**

**3. Per 2 anni consecutivi "Insegna dell'Anno" (categoria caffè), premio vinto grazie al voto dei clienti dei negozi.**

## Centri dentali, l'unione fa la forza

**MIRÒ.** Colosseum Dental Group (CDG) ha raggiunto un accordo con il fondatore e Ceo Dietrich Gallmetzer per acquisire una quota di maggioranza dell'azienda Mirò Dental Medical Center (Mirò). L'acquisizione espande l'attuale presenza di CDG in Italia nel Nord-Est verso il Nord-Ovest del paese: Mirò, con sede a Bolzano, è presente in Italia da più di 10 anni e ha aperto 19 centri dentali e due laboratori odontotecnici attraverso acquisizioni e selezionate location con caratteristiche *greenfield*. CDG Italia includerà quindi i due brand OdontoSalute e Mirò Dental Medical Center che saranno coordinati da Colosseum Dental Group: con l'acquisizione di Mirò la presenza di CDG in Italia si estenderà fino a una rete di 29 centri odontoiatrici a conduzione diretta e 18 in franchising per un totale di 47 centri, ampliando così la sua presenza anche nella parte nord-occidentale del Paese. «Mirò da sempre ha concentrato e impostato le sue cure con un servizio di qualità, applicando metodi per mettere sempre al centro il paziente, questa strategia è totalmente compatibile con la nostra», ha commentato Stefan Nilsson, Ceo di Colosseum Dental Group. «Mi piace particolarmente la spinta all'innovazione di CDG, qualcosa che ho sempre perseguito anche nei miei centri odontoiatrici» ha aggiunto Dietrich Gallmetzer, Ceo e fondatore di Mirò. **INFO:** [www.colosseumdental.com](http://www.colosseumdental.com)



### STRATEGIE DI SUCCESSO

**1. Acquisizioni mirate per espandere la presenza del brand anche verso nord-ovest.**

**2. Location selezionate con caratteristiche *greenfield*.**

**3. La cura e l'attenzione al paziente al centro della strategia.**



## Odontoiatri su strada, si allarga la rete

**SKYDENTAL 3D.** «Finalmente un Gruppo tutto italiano di soli odontoiatri che si rafforza sul mercato in un ambiente in cui da anni la fanno da padrone i fondi di investimento internazionale». Commenta così Francesco Lerario, amministratore unico del Gruppo Odontoiatrico SkyDental 3D, la recentissima acquisizione di 8 centri appartenenti al gruppo Dentix, fallito nel 2020. Nata nel 2014, SkyDental

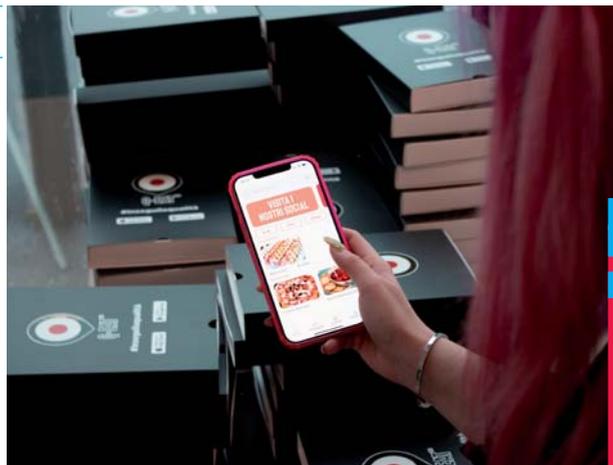
3D, avvalendosi del capitale di soli investitori privati, è cresciuta rapidamente arrivando oggi a 14 ambulatori odontoiatrici su strada. Fondata dal dott. Lerario, Ceo del Gruppo, il primo centro dentistico fu aperto all'interno di un piccolo centro commerciale, al fine di sfruttare la visibilità. Oggi, con l'acquisizione dei centri Dentix, avvenuta grazie al supporto dello Studio Signoriello e associati, il Gruppo punta al valore aggiunto delle tecniche digitali per i trattamenti odontoiatrici, più sicure e meno invasive. Inoltre, a testimonianza degli alti standard di qualità delle tecniche digitali, SkyDental3D ha da poco ottenuto la certificazione del proprio protocollo sanitario denominato Skydental 3D Estetique. Una garanzia in più per il paziente, che può fare pieno affidamento per quanto concerne il processo Implanto-protetico a carico immediato mediante tecnologia computer guidata. **INFO:** Numero Verde 800 700 817, [www.skydental.it](http://www.skydental.it), info@skydental.it

### STRATEGIE DI SUCCESSO

- 1. Grazie alla nuova acquisizione, sono 14 gli ambulatori odontoiatrici su strada.**
- 2. Adozione di tecniche digitali per trattamenti odontoiatrici, più sicure e meno invasive.**
- 3. Certificazione del protocollo sanitario, una garanzia in più per il paziente.**

## SICUREZZA ALIMENTARE? CI PENSA UNA APP

**Q-EAT.** Nata a Milano alla fine del 2018, l'applicazione Q-Eat, che già conta l'adesione di circa 700 ristoranti sul territorio nazionale, è interamente focalizzata sulla sostenibilità e tracciabilità del settore food. Q-Eat risponde alla crescente esigenza sia dei ristoratori, che vogliono promuovere l'attenzione alla qualità dei prodotti che usano, sia dei clienti, che domandano più trasparenza su tutta la filiera produttiva. L'App raccoglie e mette a disposizione dell'utente finale le principali informazioni dei prodotti: date di consegna e scadenza, provenienza e valori nutrizionali, allergeni. Ciò è possibile grazie al sistema di tracciabilità in costante aggiornamento, in grado di tracciare gli alimenti dal produttore al piatto del consumatore. Q-Eat ha a cuore trasparenza dell'informazione e sostenibilità del prodotto proposto al consumatore. L'App, incentrata sul mondo ittico e composta anche da esperti della ristorazione giapponese, premia i ristoratori, distributori e fornitori che hanno deciso di abbracciare un progetto totalmente sostenibile. L'attenzione verso una pesca rispettosa dell'ecosistema è uno dei punti di maggiore forza di Q-Eat. **INFO:** tel. +39 3281345594, [www.Q-eat.eu](http://www.Q-eat.eu), commerciale@q-eat.eu



### STRATEGIE DI SUCCESSO

- 1. Algoritmo della qualità in costante aggiornamento, in grado di poter esaminare diverse variabili collegate all'acquisto e alla distribuzione dei prodotti.**
- 2. Partnership strategiche con importanti distributori di prodotto ittico in Italia.**
- 3. Struttura costruita per essere anche esportata all'estero e demo gratuita per i primi mesi.**



## NOLEGGIO AUTO: UN'OPPORTUNITÀ CON LO SCONTO

**GUGLIEMIRENT.** Il mercato del noleggio auto a medio-lungo termine continua la sua fase di forte espansione e, come in ogni contesto così fluido, è determinante che il business anticipi il mercato piuttosto che inseguirlo. La Gugliemirent, conscia di questa premessa, è da sempre molto attiva nell'innovazione e al passo coi tempi, tanto da porsi come punto di riferimento per il mercato. Di fondamentale importanza la partnership con tutti i maggiori noleggiatori in Italia, che consente a Gugliemirent di soddisfare le esigenze di ogni cliente. Innovazione e ambizioni sono i cardini sui quali si costruisce la strategia di un business di successo: con questa idea è stata plasmata la rete di affiliati, la vera forza che permette di raggiungere ragguardevoli risultati in poco tempo. Una rete che non smette di crescere: altri 3 Point Gugliemirent sono stati aperti negli ultimi 3 mesi: Siracusa, Seregno e Sirmione hanno ingrossato le fila dei Point, portando il totale a quasi 20 affiliati in tutta Italia, in un business profittevole e senza immobilizzazione di capitale. E il programma di affiliazione viene proposto in promozione fino a giugno con lo sconto del 20%.

**INFO:** tel. 0766 395986, 0766 395986, [www.gugliemirent.it](http://www.gugliemirent.it), [info@gugliemirent.it](mailto:info@gugliemirent.it)

### STRATEGIE DI SUCCESSO

1. La partnership con tutti i maggiori noleggiatori in Italia, consente di soddisfare le esigenze di ogni cliente.
2. Programma di affiliazione in promozione fino a giugno con lo sconto del 20%.
3. Business profittevole senza immobilizzazione di capitale.

## Gli specialisti della cura delle calzature

**ISACHRI.** Isachri e il marchio Shoemagic nascono nel 2015 dall'idea dell'artigiano Ervis Haxhia il quale, in tanti anni di lavoro, sperimenta per sé nuove composizioni, al fine di mettere a punto un'ampia varietà di prodotti e di colori. Con la conoscenza acquisita, crea prodotti professionali dedicati ai piccoli artigiani e un arcobaleno di colori per ogni tipo di materiale, con tecniche all'avanguardia che si prendono cura delle scarpe e della persona. È tra le prime aziende italiane a mettere sul mercato una linea dedicata alle sneaker, soprattutto una linea tutta personalizzabile. Nel corso di questi anni ha svolto diversi master in Italia e all'estero, dedicati alla diffusione dell'esperienza e all'utilizzo di questi nuovi prodotti. A giugno 2019 toglie totalmente il gas all'interno delle bombolette, concentrandosi su una linea *total green* di altissima qualità. Ervis dice: "Mi piace aiutare i miei clienti a ottenere il massimo: diffondendo la nostra esperienza si ottengono risultati incredibili e così migliora la produttività. I nostri partner si sentono parte del nostro progetto, perché li supportiamo ogni giorno".

**INFO:** [www.isachri.it](http://www.isachri.it), [www.shoemagic-online.com](http://www.shoemagic-online.com)



Ervis Haxhia

### STRATEGIE DI SUCCESSO

1. Sviluppo di prodotti che rappresentino il perfetto connubio tra performance, innovazione ed ecosostenibilità.
2. Personalizzazione prodotti per la cura delle calzature.
3. Prodotti totalmente Made in Italy.



## E-COMMERCE, UN'OPPORTUNITÀ DA COGLIERE AL VOLO

Nell'ultimo anno si è assistito a un incredibile aumento delle vendite online fino al 50% sull'anno precedente. In Italia, Euromonitor prevede che le vendite dell'e-commerce arriveranno al 12% nel 2025, rispetto all'8% del 2020 (ricerca condotta per Google, 03/2021). Raggiungere i clienti mentre navigano, coinvolgerli mentre effettuano ricerche e convertire in vendite, sono gli step necessari per trasformare il proprio sito in un e-commerce di successo. Marketing01 Google Premier Partner segue oltre 5.000 aziende in tutta Italia, aziende che hanno ottenuto grandi successi online.

**INFO:** 0759845930, [www.marketing01.it](http://www.marketing01.it)  
[info@marketing01.it](mailto:info@marketing01.it)



## LOCAZIONI? SÌ, MA IN CHIAVE HÔTELLERIE

L'ascesa del mercato delle locazioni brevi in chiave hôtellerie, coniugato con un modello di business innovativo e digitalizzato attraverso tecnologie e un centro direzionale H24, consentono ottimi ritorni economici a investitori che possiedono o che decidono di acquistare un immobile di almeno 250 mq e usufruiscono della partnership con HH hermoso housing digital accommodation, sfruttando gli attuali corposi incentivi di riqualificazione immobiliare (tra i quali il 110%). **INFO:** tel. 0131060008, [www.HHbusiness.it](http://www.HHbusiness.it), [info@hermosohousing.it](mailto:info@hermosohousing.it)



## Dispositivi medici e dintorni, un supporto per i produttori

**1MED.** 1MED è una Contract Research Organization specializzata nel supportare le aziende farmaceutiche, biotecnologiche e fabbricanti di dispositivi medici nelle fasi di sviluppo, certificazione e registrazione di dispositivi medici, farmaci, prodotti combinati e integratori, fornendo servizi di consulenza regolatoria e clinica. 1MED, grazie alla partecipazione a gruppi di lavoro internazionali dedicati alla normazione del settore dei dispositivi medici e al proprio team multidisciplinare, in questi anni ha sviluppato competenze che hanno permesso ai propri clienti di registrare più di 300 diversi dispositivi medici con 14 differenti organismi notificati internazionali.

I servizi in ambito regolatorio, qualità e clinico offerti da 1MED interessano tutte le fasi di sviluppo e tutto il ciclo-vita del dispositivo medico, a partire dalla fase di ideazione e di test pre-clinico, fino alla gestione full-service degli studi clinici nella fase pre-market (studi first-in-human e pivotali) e alla conseguenti attività post-market necessarie per mantenere la certificazione CE (sorveglianza post-market e vigilanza, post-market clinical follow-up, raccolta dati real-world e registri). **INFO:** +41916054050, [1med.ch](http://1med.ch)  
[info@1med.ch](mailto:info@1med.ch)





## Marketing, automatizzarlo si può

◀ **MARKETING DA ZERO.** Fondato da Andrea Bodratti, Marketing da Zero nasce a Bassano del Grappa (Vi) come progetto finalizzato ad aiutare professionisti e imprenditori Italiani a prendere il controllo del tempo e delle risorse, creando sistemi di marketing automatizzati prevedibili e misurabili nel tempo. Anche se partono da zero e di business online hanno poca esperienza. La realtà aziendale si è sviluppata nel tempo grazie a persone di valore che hanno contribuito al percorso: il servizio di punta riguarda proprio le automazioni del marketing, che prevedono la creazione di un vero e proprio sistema cattura-contatti. Tra i servizi aggiuntivi, le pubblicità nei diversi canali social finalizzate a supportare l'aumento del giro d'affari. A sottolineare la bontà del progetto, va detto che il fondatore Bodratti è stato



riconosciuto da Keap, azienda americana che produce software nel settore delle automazioni del marketing per piccole e medie imprese, come il partner più giovane a ottenere i migliori risultati in termini di performance nel Crm.

**INFO:** tel. 3926338801, [www.marketingdazero.it](http://www.marketingdazero.it)  
[info@marketingdazero.it](mailto:info@marketingdazero.it)

## Agevolazioni e contributi a fondo perduto, così è più semplice

**INCENTIVIITALIA.** La mission di Claudia Ghiso, Ceo di Incentiviitalia, nonché innovation manager riconosciuta dal Ministero dello Sviluppo economico, è chiara: mettere a disposizione di aziende e privati che vogliono diventare imprenditori la propria esperienza e le competenze maturate in 10 anni di lavoro presso una multinazionale. In particolare, obiettivo di Incentiviitalia è facilitare l'accesso ad agevolazioni e contributi con cui finanziare progetti imprenditoriali. Attualmente sono più di 8mila i bandi attivi, lo staff segue il cliente dal primo contatto in cui, attraverso colloqui telefonici, videocall o appuntamenti live privati, viene redatto uno studio di fattibilità. Partendo da quest'ultimo, gli operatori dedicati alla ricerca dei bandi propongono al cliente le migliori opportunità attive presenti e aggiornate in uno speciale database aziendale. Una volta individuato uno o più bandi, la palla passa all'ufficio project management, il quale procederà con l'elaborazione della domanda, la sua presentazione e la successiva rendicontazione. «La finanza agevolata è un'opportunità» commenta Ghiso. «Permette di sviluppare progetti, creare valore, digitalizzare la propria azienda, incrementare la produzione. È uno dei metodi più efficaci e sicuri per rilanciare il sistema produttivo nazionale».

**INFO:** [www.incentiviitalia.com](http://www.incentiviitalia.com)



Nella foto, la Ceo Claudia Ghiso e il suo team.

## L'arte di saper vendere

**THEMACO.** Themaco, The Marketing Company, nasce nel 2008 da un'intuizione di Federico Tartari il quale, rivoluzionando l'azienda di cui fa parte, scommette sulla meritocrazia come strumento di crescita professionale.

Affermatasi in questi anni nel settore del marketing commerciale, Themaco oggi conta oltre 60 filiali dirette e indirette all'interno della sua organizzazione e oltre 1.500 professionisti del settore, operativi sul territorio nazionale e costantemente aggiornati grazie a un efficace e costante processo formativo.

Ed è proprio questo particolare processo che in questi anni ha permesso di creare

profili altamente specializzati. I quali, grazie a Wesales Academy, nuovo ramo aziendale recentemente costituito, forniscono una formazione customizzata a quelle aziende che necessitano di migliorare gli standard di vendita delle loro aree commerciali.

Themaco offre consulenza per una copertura totale, dal reclutamento e organizzazione fino alla formazione pratica delle figure commerciali.

**INFO:** [www.themaco.it](http://www.themaco.it), [info@themaco.it](mailto:info@themaco.it)



## Fare business con le aste immobiliari

**CAI.** L'azienda CAI consulenze Aste Immobiliari nasce dopo anni di esperienza nel settore del mercato immobiliare. Dopo aver visto che i migliori investimenti avvenivano in asta, il team ha pensato di rendere questo mondo più semplice e accessibile a tutti e soprattutto di strutturare un modello uguale per tutta Italia. L'azienda, sposando il motto "La tua casa a risparmio garantito", ha così deciso di esportare la propria esperienza e, soprattutto, di uniformare tutto il metodo CAI in tutta Italia: è stata aperta a nuove figure imprenditoriali la possibilità di aprire filiali CAI, da qui la nascita del retail capillare da nord a sud. Oltre al know-how, l'azienda offre un sistema digitalizzato attraverso un software e una App che permettono la ricerca degli immobili sempre aggiornata, il che si traduce, lato cliente, nella ricezione di una email



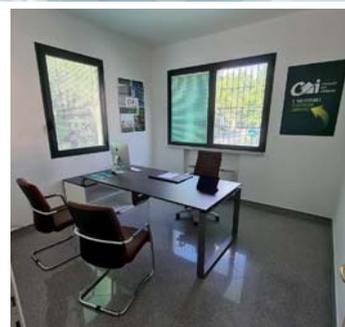
**PROPOSTA FRANCHISING**

**ANNO DI LANCIO 2020**

**STRUTTURE OPERATIVE 4**

**INVESTIMENTO Da 8.000 euro**

settimanale con tutti gli immobili presenti in asta, su tutto il territorio italiano. Viene inoltre fornito un continuo aggiornamento tecnico amministrativo e di vendita oltre al marketing centralizzato e unico. **INFO:** 0522565501 3311267071, [www.caiasteimmobiliari.com](http://www.caiasteimmobiliari.com) [info@caiateimmobiliari.com](mailto:info@caiateimmobiliari.com)





## Credito, un'opportunità in franchising

**PRESTITOSÌ FINANCE.** PrestitoSi Finance ha creato una formula nuova che accompagna, dalla fase formativa all'apertura del negozio e al potenziamento della clientela, l'imprenditore che desidera entrare nel settore del credito. Si tratta di una formula flessibile, facilmente accessibile e al supporto di una realtà consolidata che permette di operare nel settore del credito, offrendo soluzioni a 360 gradi: cessioni del quinto, prestiti personali, mutui e finanziamenti aziendali. Un'offerta completa garantita dagli accordi-quadro sottoscritti con i principali partner del panorama bancario, assicurativo e del settore automotive. Il vantaggio di entrare a far parte della rete di PrestitoSi non si riscontra solo sul fronte dell'offerta. Nel modo di fare business di PrestitoSi, nella sua filosofia, c'è da sempre una grande attenzione nei confronti delle persone e, in particolar modo, del consulente del credito che viene seguito e accompagnato da un team di professionisti nell'iter che lo porterà a entrare a far parte della rete. A oggi sono 13 i punti vendita diretti e 80 i negozi. Investimento iniziale a partire da 10mila euro, non sono previste free di ingresso. **INFO:** Numero Verde 800 300817, [www.prestitosifinance.it](http://www.prestitosifinance.it)



Nella foto sopra,  
Maria Sole Giannelli.

## Il vino Made in Italy in bag

**UAIN.** L'idea nasce da un'esigenza, quella di bere un buon bicchiere di vino senza aver

l'obbligo di dover finire la bottiglia con il rischio di perderne tutte le qualità organolettiche. Ha preso così avvio Uain, la startup frutto del sogno di tre giovani 30enni: Maria Sole Giannelli, Andrea Montanaro e Andrea Gaggero: produrre un vino quotidiano naturalmente buono, da bere tutti i giorni, senza che si alterasse una volta aperto. La vera rivoluzione sta nel packaging. Si tratta di bag pratici e di design da 2 litri senza box di cartone, i quali vengono confezionati con una tecnica particolare che salvaguarda tutte le caratteristiche del vino. Ogni vino di Uain viene vinificato senza additivi chimici, non subisce filtrazioni ed è gestito per durare nel bag fino a 30 giorni una volta aperto. Tutta la filiera è da considerarsi a basso impatto ambientale e tracciabile: i vignaioli di Uain sono selezionati meticolosamente e producono vini autentici italiani. Uain controlla tutta la filiera, dalla vigna alla consegna a casa, con un occhio sempre attento alla sostenibilità. **INFO:** tel. 3331837185, [www.uainbag.com](http://www.uainbag.com), [info@uainbag.com](mailto:info@uainbag.com)



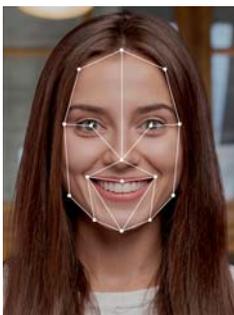
Nella foto, da destra, Giampiero Serra e Rosa Peruggini, fondatori. Poi Marco Rigoselli e Simone Paderno, responsabili area tecnica/back office.

## EDIFICI IN ORDINE CON IL FACILITY MANAGEMENT

**Rmf**, nata nel 2001 dai due partner Rosa Peruggini e Giampiero Serra come impresa edile, in breve tempo si trasforma. Oggi si occupa di gestione integrata di immobili con un'ampia gamma di servizi di facility management in grado di soddisfare le più diverse esigenze attraverso attività mirate, flessibili, intelligenti e personalizzate. L'azienda è guidata da un solo principio: non rinunciare mai a considerare la soddisfazione del cliente come indicatore del proprio successo. Rmf offre servizi tecnologici (manutenzioni e conduzioni, realizzazione di impianti, rilievi e censimenti) e servizi all'edificio (pulizie, igiene ambientale, conduzione e manutenzione impianti, manutenzione opere civili, allestimenti/riallestimenti d'interni, home staging, manutenzione del verde, guardiania, reception). **INFO:** tel. 02 48405710, [www.rmfsrl.com](http://www.rmfsrl.com), [tecnico@rmfsrl.com](mailto:tecnico@rmfsrl.com)

## FIRMA DEI DOCUMENTI, COME FARLA CON IL RICONOSCIMENTO FACCIALE

**Cyberneid** è una startup che sviluppa soluzioni volte a migliorare i processi di riconoscimento del cittadino e a snellire le procedure di firma elettronica. Le soluzioni sono dedicate sia ai cittadini sia alle imprese e sfruttano il riconoscimento facciale per l'autenticazione dei cittadini e l'Nfc per la validazione e la lettura dei documenti d'identità elettronici. FirmoSubito offre a tutti coloro in possesso di uno smartphone o di un computer la possibilità di firmare elettronicamente documenti, contratti e moduli in pochi clic. IdentiKyc offre alle aziende una soluzione per il *know your customer* e l'onboarding. Firmo con Cie consente di firmare documenti con la Carta d'identità elettronica italiana. **INFO:** [www.cyberneid.com](http://www.cyberneid.com), [info@cyberneid.com](mailto:info@cyberneid.com)



## Donazioni al tempo della blockchain

**TRUSTMEUP.** TrustMeUp è un ecosistema in cui le organizzazioni non profit incontrano donatori e sostenitori per condividere obiettivi e progetti da realizzare insieme, promuovendo al contempo la nascita di una nuova economia: l'economia delle donazioni. Già disponibile in 3 lingue (italiano, inglese e spagnolo), TrustMeUp è la prima piattaforma web internazionale che ricompensa i sostenitori di progetti non profit per le donazioni effettuate con una quantità equivalente di token digitali chiamati Passions Coin (PAC), che possono essere utilizzati come sconto in sede di acquisto di prodotti e servizi presso le attività commerciali presenti nel marketplace della piattaforma. Per ogni euro donato, il sostenitore riceve infatti un PAC dell'equivalente valore all'interno dell'ecosistema TrustMeUp, dove organizzazioni non profit, donatori e merchant vengono premiati. Grazie alla tecnologia blockchain alla base del suo ecosistema, TrustMeUp può garantire trasparenza e sicurezza delle donazioni. Le transazioni destinate alla realizzazione dei progetti non profit vengono infatti registrate in blockchain, garantendo la destinazione dei fondi donati.

**INFO:** [www.trustmeup.com](http://www.trustmeup.com)  
[info@trustmeup.com](mailto:info@trustmeup.com)



Da sinistra, Carlo Carmine, Chairman TrustMeUp, e Angelo Fasola, Ceo TrustMeUp.

# NON TROVI MILLIONAIRE IN EDICOLA?

**Prenotalo  
e da oggi lo  
avrà sempre  
nella tua  
edicola di  
fiducia.**



**CHIEDI AL TUO EDICOLANTE DI REGISTRARSI A:**

**[lamiacopia.sodip.it](http://lamiacopia.sodip.it)**

**e di avere sempre la rivista richiesta per te.**

**È gratuito, facile e veloce.**

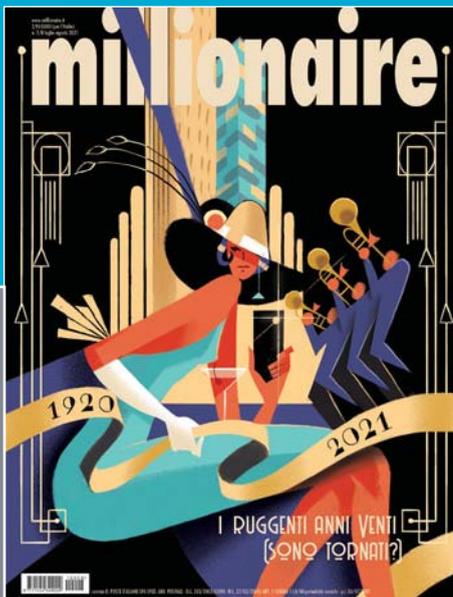
**la mia copia**

# millionaire

## SEMPRE CON TE

### Regala(ti) Millionaire

+ l'ultimo libro  
della redazione



**45**  
euro  
anziché  
**61,90** euro

**ABBONAMENTO  
ANNUALE  
(10 NUMERI) +  
LIBRO**

**35**  
euro  
anziché  
**42,40** euro

**ABBONAMENTO  
SEMESTRALE  
(5 NUMERI) +  
LIBRO**



### millionaire IN FORMATO DIGITALE

**22**  
euro

**ABBONAMENTO  
PER 10 NUMERI**

**COMPRA  
SUBITO**

**VISITA IL SITO <https://millionaire.sfogliare.it>**

**CONTATTA IL SERVIZIO CORTESIA: TEL. 039 9991541**

Se desideri puoi effettuare un pagamento su  
c/c postale n° 43662204 e inviare una email  
con i tuoi dati a: abbonamenti@ieoinf.it

# millionaire

NUMERO 7/8 - ANNO XXXII  
LUGLIO-AGOSTO 2021

EDITORE

Virgilio Degiovanni Editore Srl

DIRETTORE RESPONSABILE

Eleonora Chioda - e.chioda@millionaire.it

PROGETTO E REDAZIONE GRAFICA

Cristina Viganò - c.viga@millionaire.it

REDAZIONE

Lucia Ingrosso - l.ingrosso@millionaire.it

Silvia Messa (vice caposervizio) - s.messa@millionaire.it

Tiziana Tripepi - t.tripepi@millionaire.it

HANNO COLLABORATO

Luigi Bajetti, Luisa Belloni, Giovanni Campagnoli, Anna Cogo, Giampaolo Colletti, Cristina Crupi, Davide d'Andrea Ricchi, Federica De Stefani, Sara Foschi (photo editor), Salvatore Gaziano, Alessandra Lomonaco, Irene Mingozi, Francesco Morace, Marco Nannini, Lorenzo Roca (coordinatore tecnico), Laura Ruggiero, Mariella Salvi, Leonardo M. Serj, Emanuela Stefano, Massimo Temporelli, Silvia Vianello

FOTO/ILLUSTRAZIONI

Freepik, Flaticon, Getty Images, iStockphoto.

Illustrazione di copertina: Riccardo Guasco.

Manoscritti e fotografie, anche se non pubblicati, non si restituiscono.

UFFICIO COMMERCIALE E PUBBLICITÀ

Andrea Zangrando (tel. 02 83303411), a.zangrando@millionaire.it

Fabio Quattromini (tel. 02 83303458), f.quattromini@millionaire.it

SEGRETERIA COMMERCIALE

Simona Lorenzini (tel. 02 83303498), s.lorenzini@millionaire.it

MARKETING

Loirena Mandelli (tel. 02 83303603), lmandelli@millionaire.it

INTERNET

www.millionaire.it

Eleonora Crisafulli - e.crisafulli@millionaire.it

www.facebook.com/millionaire.it

www.twitter.com/millionaireit

www.google.com/+millionaireit

www.franchisingcity.it

http://community.franchisingcity.it

Fabio Cristian Sestili - franchisingcity@franchisingcity.it

DIREZIONE E REDAZIONE

Sede legale e operativa:

Virgilio Degiovanni Editore Srl

via Monte Rosa, 15/c - 20149 Milano

Tel. 02 8330351 - Fax 02 83303426

Il responsabile del trattamento dei dati raccolti in banche dati ad uso redazionale è il direttore responsabile. Per esercitare i diritti previsti dal D.Lgs. n. 196/03 ci si può rivolgere alla redazione.

DISTRIBUZIONE IN EDICOLA

Sodip "Angelo Patuzzi" Spa - via Bettola, 18 - 20092 Cinisello B. (MI)

FOTOLITO

GFB srl - Sesto S. Giovanni (MI)

STAMPA

Elcograf Spa - via Mondadori 15 - 37131 Verona

ABBONAMENTI, VERSIONE DIGITALE, ARRETRATI

Disponibile su <http://millionaire.sfogliare.it>

Servizio Cortesia: tel. 039 9991541 - fax 039 9991551, abbonamenti@ieoinf.it

Tariffe: Italia - 10 numeri € 28; Europa - 10 numeri € 111;

Arretrati € 7,62 + € 3,62 cad (spese postali), non si effettua contrassegno.

PRIVACY

Il titolare del trattamento dei dati raccolti a scopo redazionale e per gli abbonamenti, è Virgilio Degiovanni Editore Srl. L'elenco aggiornato dei responsabili e degli incaricati al trattamento è custodito presso la sede legale del titolare del trattamento, sita in Milano, via Monte Rosa 15/C. Per esercitare i diritti previsti dal D. Lgs. 196/2003 "Codice Privacy" e dal Regolamento UE n. 2016/679 "GDPR", ivi compresa la facoltà di aggiornare e cancellare i propri dati personali, potrà in qualsiasi momento contattare il responsabile del trattamento inviando una raccomandata a.r. a Virgilio Degiovanni Editore Srl, via Monte Rosa 15/C, Milano, o inviando una email all'indirizzo: [privacy@millionaire.it](mailto:privacy@millionaire.it)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI MILANO

Numero 327 del 4-5-1990

**ANES**

ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA  
PERIODICA SPECIALIZZATA

Pubblicazione a stampa: **ISSN 1124-349X**

Pubblicazione online: **ISSN 2465-1966**

CONSIGLIAMO AI LETTORI

d'informarsi bene, verificare personalmente e farsi consigliare da esperti prima di firmare contratti, sostenere spese o impegnarsi in maniera vincolante. La Virgilio Degiovanni Editore non può ritenersi responsabile nei riguardi di nessuno per qualsiasi perdita o danni derivati da pubblicità, comunicazioni commerciali, a cura della Divisione Marketing e Promotion, annunci promozionali apparsi su *Millionaire*.





## LA NOSTRA ESPERIENZA PER REALIZZARE IL TUO PROGETTO.



Rete in continua  
espansione.



Accordi Quadro  
nazionali.



Strumenti di marketing  
e Comunicazione.



Finanziamenti  
Banco BPM.



Formazione  
e addestramento  
continuo.



Supporto  
dal primo momento.



**VAN4YOU INTENSIFICA  
IL PROPRIO PIANO DI SVILUPPO**

Sconto sulla quota d'ingresso  
per festeggiare  
i 10 anni di attività.

## SCOPRI IL FRANCHISING VAN4YOU

Se vuoi realizzare il sogno di diventare imprenditore e far parte di un Gruppo con oltre 10 anni di esperienza e più di 30 punti attivi in Italia unisciti a VAN4YOU: la **Società di Noleggio a breve e medio termine** specializzata nel settore dei Van che mette a disposizione dei propri Clienti un'ampia gamma di **veicoli commerciali leggeri e altri furgoni professionali** di ultima generazione, tutti guidabili con patente B e dotati dei più moderni dispositivi di sicurezza e comfort. Scoprirai l'unicità del nostro business-model, il perché funziona e in che modo può offrirti contemporaneamente competitività e sicurezza.

Per iniziare oggi a costruire il tuo progetto scrivi a  
**franchising@van4you.it** o chiama il numero **039 9467259**.



FOREVERBAMBU®



# IL TUO INVESTIMENTO ECOSOSTENIBILE ad alto rendimento

Forever Bambù ti offre l'opportunità di partecipare ad un progetto che lavorerà per Te e per il Pianeta, da oggi e per i prossimi 100 anni.

“

*Entra in Forever Bambù 28, la nostra start up innovativa, a partire da meno di tremila euro. Cogli l'ultima opportunità prima della quotazione!"*

*Emanuele Rissone - Presidente e Fondatore di Forever Bambù*

## Capitale Sociale

16,7 milioni versati da 1.100 Soci e record europeo di raccolta in crowdfunding\*.

## Solidità e Qualità

150.000 piante messe a dimora su 188 ettari di proprietà con certificazioni biologica e biodinamica.

## Real Green Made in Italy

Investi in Italia a partire da € 2.950 con importanti vantaggi fiscali.

**Investi Subito**

\*per maggiori informazioni visita <https://bit.ly/3ob27BV>

Le informazioni relative ai prodotti finanziari presenti nella rivista non costituiscono da parte di Virgilio Degiovanni Editore S.r.l. una raccomandazione o un invito all'acquisto o alla vendita degli stessi, né costituiscono consulenza in materia di investimenti. I prodotti finanziari potrebbero non essere appropriati ai vostri obiettivi di investimento.



☎ 02 400 31 483 📞 348 586 03 29

✉ [segreteria@foreverbambu.com](mailto:segreteria@foreverbambu.com)

🌐 [www.foreverbambu.com](http://www.foreverbambu.com)

**ZERO  
CO2**