

House Organ

Life

the business company



Leader

Poste Italiane SpA spedizione in abb. postale 70% Salerno - LEADER n. quarto 2020 - EURO.6 - STERLINE 5 - Dir. resp. Giuseppe Noschese - Aut. Trib. Sa n. 924 del 27/09/1995 - Stampa: BOCCIA SpA Salerno

Francesco
MONTAPERTO
Self Made Man





Via Roma 260
Salerno, 84121 Italia
+39.366.3510010
info@ingordosushi.it
Dal Martedì alla Domenica
12:00 - 18:00
Lunedì Chiuso



Letter from theFOUNDER



GIUSEPPE NOSCHESI
Editore e Giornalista

Chairman



Ceo



Direttore Resp.le



In letteratura si trovano le più svariate definizioni sulla leadership e sulle caratteristiche che il leader deve possedere, in queste righe proverò a definire quelle che secondo me sono le linee guida che caratterizzano la leadership.

Intanto vorrei provare a rispondere ad una domanda che tutti, almeno una volta nella vita, ci siamo posti: leader si nasce o si diventa? La vita lavorativa mi insegna tutti i giorni che la leadership si conquista attraverso la consapevolezza del decidere: decidere lo spazio che si vuole occupare nella vita altrui.

Quindi il leader è tale solo se capace di migliorare la vita degli altri e di conseguenza la propria.

Ma allora, come si manifesta la leadership? Perché per alcuni sembra essere più facile che per altri diventare leader?

La leadership non è mai una competenza facile, è sempre scomoda e difficile, però, è pur sempre una competenza, e come tale non solo si impara, ma si può affinare tutti i giorni allenando la propria e l'altrui disciplina.

Se vediamo la leadership come la capacità che possiede una persona o un'azienda di condizionare positivamente l'ambiente circostante, attraverso lo scambio di valore aggiunto, viene naturale definire le caratteristiche che un leader deve possedere per diffondere la leadership.

I binari imprescindibili che portano alla leadership diffusa in azienda sono:

- Decidere di dare uno scopo alto ogni giorno al proprio ruolo e lavoro (valori e missione);*
- Definire un obiettivo di crescita che sia ambizioso e motivante per la squadra (visione);*
- Definire e condividere un modello strategico di impresa che porti l'azienda al successo;*
- Diffondere la cultura dell'innovazione;*
- Creare un ambiente educante;*
- Capacità di creare un confronto costante con sé stessi e i propri risultati per uscire dalla zona di comfort;*
- Capacità di creare relazioni e partnership;*
- Vivere un costante equilibrio nel dare e pretendere valore.*
- L'intensità e la costanza con cui definiamo e viviamo tutti i giorni gli 8 binari, portano alla realizzazione della leadership.*

Conosci te stesso!

Il calendario degli uomini più potenti al Mondo!

CALENDARIO 2021

the **Leader**

UN OTTO ANNO

Info e abbonati: leaderiredazione@gmail.com

*Prestigio e appartenenza
il calendario 2021
delle Leadership e dei
Self made man!*

House Organ



Leader

Richiedi la tua copia a:

leaderiredazione@gmail.com

Letter from LifeFILANTROPIA

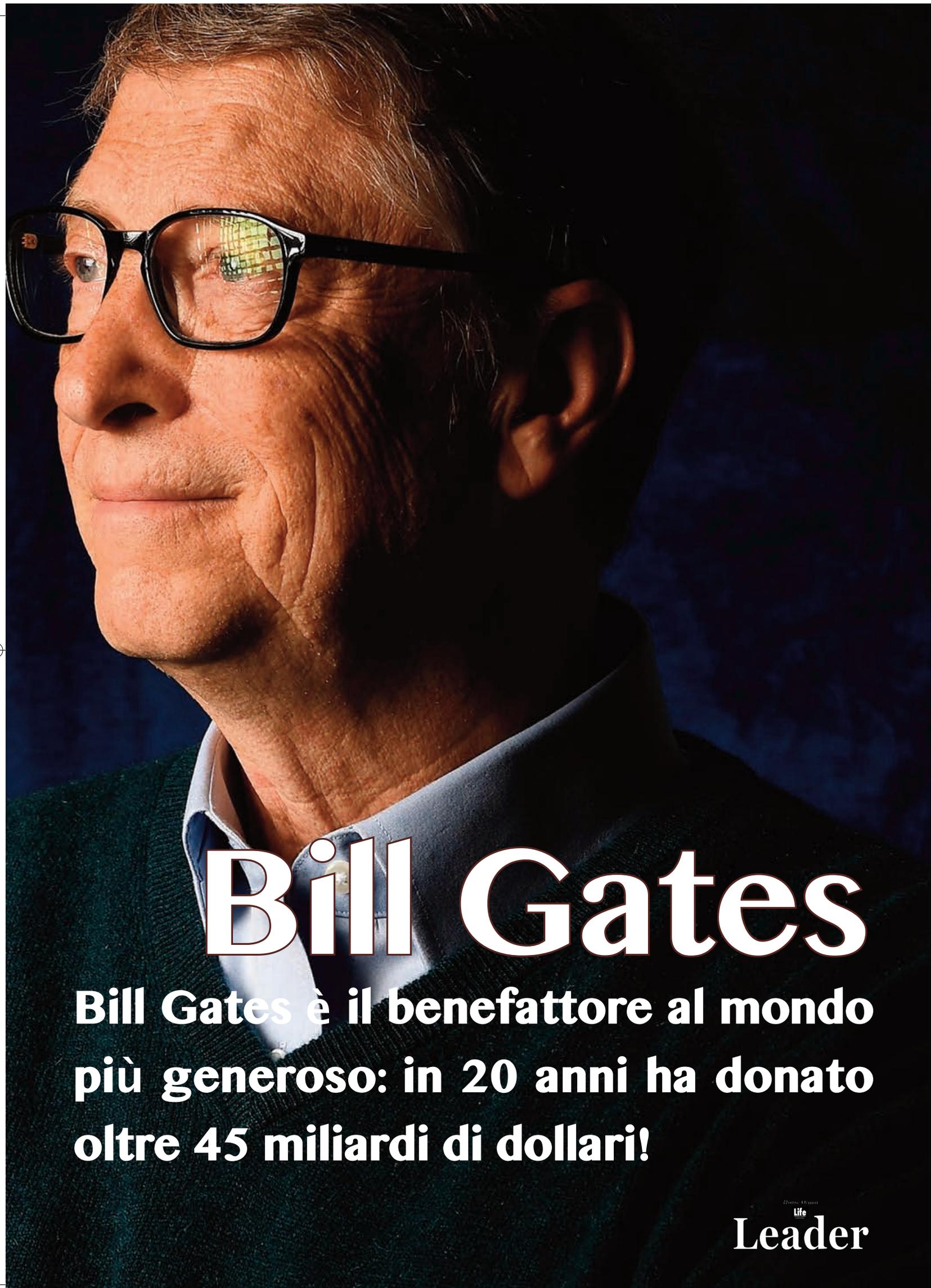
Sono oltre 45 miliardi di dollari i soldi che Bill Gates e sua moglie Melinda hanno donato nel corso degli anni. Si tratta di una cifra astronomica, che fa di Gates il benefattore più generoso del mondo. Sono due le ragioni per cui i Gates hanno deciso di dedicare parte della propria fortuna alla beneficenza. «La prima è che è un'opera significativa. [...] Pensiamo che sia una responsabilità fondamentale per chiunque ha molti soldi», ha spiegato il fondatore di Microsoft (l'azienda lo scorso aprile ha raggiunto i mille miliardi di dollari di capitalizzazione). «La seconda è che ci divertiamo a farlo. A entrambi piace moltissimo scavare nella scienza dietro al nostro lavoro». Il 63enne di Seattle, che con il suo patrimonio netto di oltre 100 miliardi di dollari è la seconda persona più ricca del mondo (dopo Jeff Bezos), nel 2010 ha lanciato con Warren Buffet Giving Pledge per incoraggiare altri miliardari a donare almeno la metà della loro ricchezza a iniziative benefiche. Per quanto riguarda i coniugi Gates, il principale strumento attraverso cui fanno beneficenza è la Fondazione Bill & Melinda



Gates. E proprio per dedicarsi a tempo pieno il 63enne nel 2008, dopo 33 anni, ha lasciato le redini di Microsoft. Per lo stesso motivo nel 2006 Melinda ha abbandonato il consiglio di amministrazione di Drugstore.com. La Fondazione Bill & Melinda Gates ha sede a Seattle ed è nata nel 2000 dalla fusione tra la William H. Gates Foundation, fondata nel 1994 dal padre di Bill Gates per migliorare la salute globale, e la Gates Learning Foundation, che aveva come scopo quello di mettere in rete le biblioteche pubbliche. Il consiglio di amministrazione è formato da Warren Buffett e dai coniugi Gates, che sono anche co-presidenti della fondazione insieme al padre di Bill; l'amministratore delegato è invece Susan Desmond-Hellmann, mentre il responsabile degli investimenti è Michael Larson. Con un fondo di dotazione di circa 50 miliardi di dollari, la Fondazione Bill & Melinda Gates è considerata la fondazione privata più grande del mondo. Secondo la legislazione statunitense, per mantenere il proprio stato di fondazione benefica (ed essere quindi esentata dall'imposta sul reddito) deve do-

nare ogni anno almeno il 5% dei propri beni. Solo nel 2017 ha dato in beneficenza 4,78 miliardi di dollari (ossia il 9,4% delle proprie disponibilità in quell'anno). Nel 2005 grazie alla loro generosità Bill e a Melinda (insieme a Bono) hanno ricevuto il titolo di persone dell'anno, assegnato annualmente dalla rivista Time. Del resto, la coppia ha raccontato che sognava di impegnarsi in attività filantropiche ancora prima del matrimonio, avvenuto nel 1994. Come si legge sul suo sito Internet, la fondazione lavora «con diversi partner in tutto il mondo per far fronte a varie criticità in cinque ambiti distinti». Ci sono quattro divisioni globali che si occupano rispettivamente di salute, sviluppo, crescita & opportunità e politica & sensibilizzazione; una quinta invece è focalizzata sull'istruzione negli Stati Uniti. Per decidere a chi donare i propri soldi, i Gates innanzitutto analizzano le varie ingiustizie presenti nel mondo e capiscono dove e come possono intervenire. Una volta individuato il problema da risolvere (o comunque da migliorare), operano insieme a organizzazioni partner e agli stessi beneficiari. Attraverso il dialogo e il confronto con questi ultimi, delineano quindi degli obiettivi e delle strategie, con la possibilità di correggere il tiro una volta che il progetto è stato implementato. A questo punto vengono assegnate le risorse e fatti gli investimenti del caso. I partner si occupano di riferire alla fondazione come procedono i vari progetti e quali sono i risultati.

I progetti su cui Bill e Melinda sono impegnati con la loro fondazione sono moltissimi, a partire da quello per debellare la malaria («entro una generazione»). Per questa specifica causa finora hanno donato oltre due miliardi di dollari; di questi ultimi, 4,1 milioni sono andati a Oxitec, società britannica di biotecnologia impegnata a sviluppare una zanzara maschio che eliminerebbe generazioni future di zanzare che trasmettono la malaria. Tra gli interessi della fondazione ci sono poi la lotta all'ebola e quella alla poliomielite. Altri 2,5 miliardi di dollari sono andati alla Gavi Alliance, partnership pubblico-privata con l'obiettivo di garantire un miglior livello di salute per i bambini e per la popolazione, principalmente attraverso la realizzazione di campagne di vaccinazione nei Paesi in via di sviluppo. I Gates (e soprattutto Melinda) si sono inoltre dati da fare per sensibilizzare le persone sul tema della cosiddetta «time poverty», espressione usata per riferirsi all'idea che le ore di lavoro non pagato - come le faccende domestiche - privino le donne del loro potenziale. In generale, Bill e Melinda si adoperano parecchio per migliorare le opportunità delle donne nel mondo, per esempio espandendo la disponibilità di contraccettivi. Tra le altre cose, la coppia offre supporto finanziario agli studenti di colore che frequentano l'università e si dedica a eliminare la malnutrizione in Nigeria attraverso la Fondazione Dangote. Ma c'è anche il progetto di un wc senza allaccio fognario, su cui i Gates hanno investito 400 milioni di dollari.



Bill Gates

Bill Gates è il benefattore al mondo più generoso: in 20 anni ha donato oltre 45 miliardi di dollari!

House of
Life
Leader



Letter from
Life **ANALISI**

Rockefeller era tre volte più ricco di Jeff Bezos! I miliardari del passato erano più potenti e ricchi di quelli di oggi.

Jeff Bezos, fondatore e manager di Amazon, è la persona più ricca al mondo. Il suo patrimonio, difficile anche solo da immaginare per chi non ha confidenza coi numeri della finanza, vale 117 miliardi di dollari statunitensi.

Bezos fa parte di una schiera di nuovi ricchissimi che hanno fatto fortuna con la tecnologia, come Bill Gates o il fondatore e CEO di Facebook, Mark Zuckerberg. La donna più ricca del mondo invece è Françoise Bettencourt Meyers, proprietaria de L'Oreal con 54 miliardi di dollari di patrimonio.

Siamo abituati a pensare che questi miliardari siano i più ricchi che la società moderna abbia mai prodotto, che siano pochi e "sempre più ricchi". Ma il calcolo con cui si stabilisce la ricchezza rispetto ai miliardari del passato è molto discutibile. Anziché comparare la ricchezza al potere d'acquisto del passato con quello del presente, infatti, potremmo comparare la ricchezza dei ricchi del passato alla percentuale della ricchezza totale che esisteva all'epoca.

John D. Rockefeller per esempio fece circa 1,5 miliardi durante tutta la sua carriera. Secondo le stime correnti sarebbero circa 26 miliardi di dollari, se comparati al potere d'acquisto della moneta odierna. Quindi Bezos sarebbe enormemente più ricco.

Ma c'è una lettura alternativa: secondo l'economista Samuel Williamson (che lavora proprio a misurazioni del genere sul suo measuringworth.com) sarebbe meglio vedere a quale percentuale della ricchezza totale (il PIL) corrispondono le ricchezze, sia oggi che nel passato. E con questo calcolo la prospettive cambiano radicalmente.

Il miliardo e mezzo di dollari di Rockefeller corrispondeva al 1,6% dell'economia del 1937.

Se facciamo lo stesso paragone oggi, tra la ricchezza di Bezos e quella totale, Bezos appare molto meno ricco rispetto a Rockefeller, che sarebbe da descrivere nei libri di storia come tre volte più ricco del fondatore di Amazon.

06

Life

BUSINESS COMPANY
il network del futuro

NUMEROQUARTO2020



Diario, Opinione
Life
Leader



Letter from LifeSOCIAL MEDIA

Facebook, WhatsApp, Messenger e Instagram insieme: questo sarà il colosso social fortemente voluto e fondato da Mark Zuckerberg.

Zuckerberg punta ad integrare le due applicazioni di messaggistica, Messenger e WhatsApp, con l'app Instagram, molto popolare tra i più giovani. Si tratta di una scelta dettata da motivi di controllo e di business.

Questa mossa, infatti, porterà un cambiamento epocale riguardo la messaggistica via cellulare.

Nel dettaglio, le app più utilizzate continueranno a esistere in modo indipendente ma ci sarà un'unica tecnologia a gestirle che ovviamente sarà controllata e aggiornata dal gruppo Zuckerberg.

chi ha aperto un account su uno di questi social potrà comunque mettersi in contatto con un'altra persona che invece è iscritto a un'altra piattaforma. I rischi e i pericoli

La privacy sarà un problema rilevante. Un domani, a «social unificati», ogni informazione condivisa con una piattaforma sarà disponibile anche sull'altra. In questo modo nessuno potrà più avere il controllo su quali dei propri dati condividere con una o con l'altra. Senza contare l'enorme contributo alla profilazione di ogni singolo utente, che sia iscritto ovunque o no. Per esempio, WhatsApp richiede attualmente solo un numero di telefono quando i nuovi utenti si registrano. Al contrario, Facebook e

I maggiori social uniti! Progetto ZUCKERBERG

Zuckerberg, tramite questa trasformazione, vuole affermare in modo netto il proprio controllo su tutte le piattaforme acquisite nel corso degli anni. Un progetto mastodontico che consoliderebbe un ecosistema «social» che va sotto la «F» di Facebook. La data d'inaugurazione del nuovo progetto è fissata per l'inizio del 2020. Inoltre, questo porterebbe Mark Zuckerberg ad essere il re assoluto del mondo dei social network.

L'iniziativa di unificare i tre servizi consentirebbe a Facebook di aumentare l'utilizzo del proprio social e di «forzarne» in qualche modo la presenza di qualunque persona iscritta all'app di messaggistica o alla piattaforma fotografica.

L'obiettivo di questa integrazione è anche quello di estendere a tutte le app il sistema di crittografia 'end to end', attualmente in uso solo su WhatsApp, che rende segrete le conversazioni e mette al riparo da intrusioni esterne.

Nello specifico, sarà attuata un'unica struttura che porterà alla totale crittografia end-to-end su ogni comunicazione per migliorare la sicurezza di tutte le piattaforme. E non solo, sarà presente anche un beneficio: se il piano dovesse essere messo in pratica,

Facebook Messenger chiedono agli utenti di fornire la loro vera identità. Abbinare gli utenti di Facebook e Instagram alle rispettive maniglie di WhatsApp, potrebbe dare grossi problemi a coloro che preferiscono mantenere separato l'uso di ogni app.

La messaggistica crittografata è stata a lungo supportata da difensori della privacy che temono che i governi o gli hacker possano accedere ai messaggi personali delle persone.

Un'altra difficoltà che si dovrà affrontare è legata alla disinformazione. In relazione a questo, WhatsApp ha recentemente posto dei limiti su quante volte un messaggio può essere inoltrato sul servizio, nel tentativo di ridurre la distribuzione di contenuti falsi.

Infine, il messaggio che ha lanciato Mark Zuckerberg e il suo team può, da un lato, assicurare la collettività:

“Vogliamo costruire le migliori esperienze di messaggistica possibili, la gente vuole scambiarsi messaggi in modo veloce, semplice, affidabile e privato. Stiamo lavorando per rendere più facile raggiungere tutti attraverso i diversi network”.



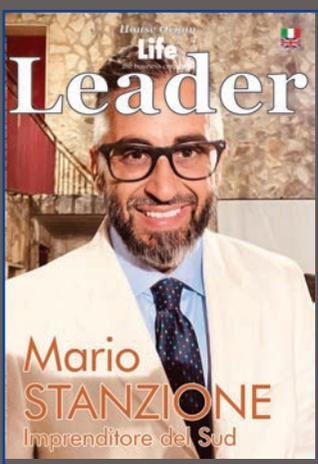
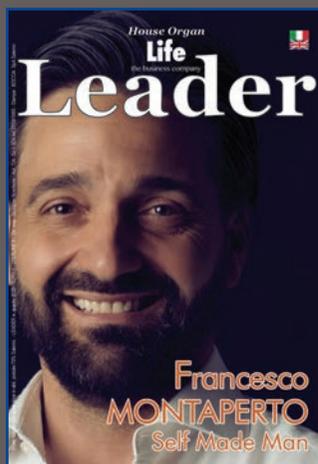
How to Win

Life

Leader



House Organ
Life
Leader



DIRECTORY

Magazine Leader

| | | |
|--------------|------------------------|-----------------------------------|
| PRESIDENTE | GIUSEPPE NOSCHESI | noscheseeditore@gmail.com |
| ON. | GIGI CASCIELLO | gigicasciello@gmail.com |
| DOTT. | ERNESTO SICA | www.ernestosica.it |
| DOTT. | GENEROSO ANDRIA | generoso.andria@tiscali.it |
| AVV. | MICHELE SARNO | www.avvmichelesarno.it |
| DIRETTORE | PASQUALE CUOFANO | www.pasqualecuofano.it |
| AVV. | SALVATORE D'APICE | www.studiolegaledapice.it |
| SALES | NICOLA MELE | nicola.mele@con.repower.com |
| PROF. DOTT. | VINCENZO PAGLIARA | www.oculistapagliara.com |
| NETWORKER | SALVATORE LORIA | salvatoreloria@me.com |
| COACH | GIUSEPPE DE CRESCENZO | www.decrescenzoacademy@gmail.com |
| MANAGER | MARIO ZITO | www.madidea.it |
| AVV. | ALESSANDRO RUBINO | a.rubino@rubinoavvocati.it |
| ORGANIZER | GERMANO PORCARO | info@modoclub.it |
| DOTT. | ANGELO CICALESSE | www.eurofinancesrl.com |
| AVV. | LELLO CICCONE | info@avvocaticiccone.it |
| DOTT. | CRISTIANO DE ROSA | www.osteopatiaderosa.com |
| DOTT. | VINCENZO BARBA | www.prestitosifinance.it |
| BROKER | LUIGI ANSALONE | drluigiansalone@libero.it |
| DOTT. | FLAVIO BOCCIA | www.pmimpresaitalia.it |
| IMPRENDITORE | GIANLUCA CATURANO | info@caturanotraslochi.com |
| REAL ESTATE | ANTONIO DI DOMENICO | www.arechimmobiliare.it |
| REAL ESTATE | MAURIZIO BASSO | www.relions.it |
| AZIENDA | EUROGAS | eurogas2015@gmail.com |
| MAESTRO | FELICE D'AMICO | fel.damico@gmail.com |
| IMPRENDITORE | ROSARIO CAMMAROTA | r.cammarota@flygroup-srl.it |
| DOTT. | NICOLA MAROTTA | www.dentalclinicitalia.it |
| MANAGER | ALFONSO LOFFREDO | alfonso.loffredo@in-lire.com |
| IMPRENDITORE | FRANCESCO GUARIGLIA | francescoguariglia@interfree.it |
| AVV. | SIMONE LABONIA | s.labonia@studiolegalelabonia.it |
| STUDIO | CRISCUOLO - SIANI | siani@studiobfc.it |
| REAL ESTATE | LUIGI AVINO | www.incontroimmobiliare.it |
| MANAGER | ELEUTERIO GIANNATTASIO | eleuteriogiannattasio@gmail.com |
| ARCHITETTO | ROSA MARIA LUCARELLI | rosalucarelli19@gmail.com |
| REAL ESTATE | LUCIO SCARPA | www.remax.it/incentro |
| DOTT. | GIUSEPPE INNO | inno@studiobfc.it |
| DOTT. | MAURIZIO FASANO | info@4x4.it |
| PROF. | GENNARO GRAZIANO | info@istitutokennedy.net |
| MAESTRO | STEFANO DOSSI | stefanodossi66@gmail.com |
| PRESIDENTE | MARCO GIORDANO | www.reditaliaart.com |
| DOTT. | CLEMENTE RISPOLI | www.realsud.com |
| AVV. | DANIELE SELVINO | www.studiolegaleselvino.it |
| DOTT. | JOHN RACITI | admin@lorganglobal.comghery71 |
| CHEF | GERARDO FALIVENE | @live.co.uk |
| IMPRENDITORE | MATTEO CAMPAGNA | info@carrozzeriacampagna.it |
| WEB MANAGER | LINO TORSSELLO | www.linotorsello.it |
| AVV. | MARIO STANZIONE | BaroneZazaCharter@gmail.com |
| IMPRENDITORE | FRANCESCO MONTAPERTO | francesco.montaperto@vitanuova.it |
| AGENTE GEN. | ANDREA FORGETTA | Andreaforgetta.luxor@pec.it |
| DENTISTA | GIANFRANCO VUOLO | www.denthelp.it |
| IMPRENDITORE | MARIELLA MARRA | www.flycall.it |

Letter from
LifeCOVER

**Francesco
Montaperto,
professione
imprenditore,
i suoi settori
svariano
dall'assicurativo
al finanziario,
medico, sportivo
ed editoriale.**



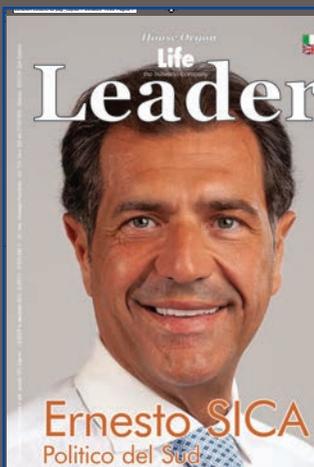
**E' molto attivo
nel campo della
beneficenza con
la sua Onlus,
Associazione
Medici Brianza
e Milano con
progetti nazionali
ed internazionali.**

MediCuore

**Self Made
Man alla
“suddista”!**

House Organ
Life
Leader

Fondato nel 1995
Registrazione Trib. Salerno
n. 924 del 27-09-1995
Numero quarto 2020
Anno XXV n.4-2020
chiuso in redazione
Dicembre 2020
Editore e Direttore Resp/Le
Giuseppe Noschese



LIFE srls
via Sabato Visco, 20
Salerno Italy
lifebusinesscompany@pec.it
Concessionarie service:
GNE edizioni
Stampa: Arti Grafiche Boccia Spa

DIRECTORY

International

ANGELA DOROTHEA MERKEL

Cancelliera della Germania

JEFFREY PRESTON BEZOS

Fondatore, presidente e amministratore delegato di Amazon

BILL GATES Fondatore di Microsoft e della Bill & Melinda Gates Foundation

MOHAMMAD BIN SALMAN AL SA'UD

Principe dell'Arabia Saudita

LARRY PAGE Fondatore di Google Mark

ZUCKERBERG Fondatore di Facebook

THERESA MAY Primo Ministro Uk

MARIO DRAGHI Presidente

della Banca centrale europea

CHRISTINE LAGARDE Direttrice Operativa del Fondo Monetario Internazionale christinela

CHIARA FERRAGNI

Imprenditrice, blogger e designer italiana

J.K. ROWLING Scrittrice, sceneggiatrice e produttrice cinematografica

HOWARD SCHULTZ Amministratore delegato di Starbucks

GIOVANNI FERRERO Amministratore delegato dell'industria dolciaria Ferrero

DILETTA LEOTTA Conduttrice televisiva

GIORGIO ARMANI Stilista e imprenditore italiano

MASSIMILIANA LANDINI ALEOTTI

Proprietaria (con i suoi due figli) dell'azienda farmaceutica Menarini

RICHARD BRANSON Fondatore del Virgin Group

ELON MUSK product architect di Tesla e co-fondatore e CEO di Neuralink

OSCAR FARINETTI Fondatore della catena Eataly

CARLO MESSINA Banchiere e dirigente d'azienda

REMO RUFFINI Presidente e amministratore delegato di Moncler

ELISABETTA FRANCHI

Imprenditrice e stilista

ANDREA AGNELLI

Presidente della Juventus Football Club

DANIEL LEVY Imprenditore e dirigente sportivo

JOHN ELKANN Imprenditore e dirigente d'azienda

DAN FRIEDKIN Imprenditore e presidente della Roma.

MAURA LATINI Amministratore Delegato di Coop Italia

PIERSILVIO BERLUSCONI Amministratore delegato del Gruppo Mediaset Philip Green presidente di Arcadia Group

www.bundeskanzlerin.de

jbezos@amazon.com

www.gatesfoundation.org

www.misk.org.sa

larry@google.com
zuckerberg@fb.com
sharkeyj@parliament.uk
info@ecb.europa.eu

christinelagarde@bakernet.com

theblondesalad.com

www.jkrowling.com

www.howardschultz.com/

info@fondazioneferrero.it

infodilettaeotta@mncomm.it
www.armani.com

www.menarini.it

richard.branson@fly.virgin.com

www.tesla.com

www.eataly.net

www.group.intesasanpaolo.com

www.monclergroup.com

www.elisabettafranchi.com

www.juventus.com

www.tottenhamhotspur.com
www.fcagroup.com

www.asroma.com

mauralatini@coop.it

www.mediaset.it

12 **Leader**
NUMEROQUATTRO2020



Bisogna imparare la differenza tra lavorare contemporaneamente nello stesso luogo e quello che invece davvero significa lavorare "insieme"!

In Brianza ormai è un punto di riferimento per tante associazioni ed aziende. L'ultimo passaggio di un percorso importante è la gestione di un centro sportivo in provincia di Lecco che diventerà un punto di riferimento per gli amanti del paddle e non solo. Un centro che avrà la collaborazione di personaggi famosi di tanti settori, dallo spettacolo allo sport.

Francesco Montaperto, napoletano, manager e imprenditore, nato in una delle zone più belle della città, esattamente in Piazza Dei Martiri, sede dell' unione industriali di Napoli.

Oltre ad essere appassionato a giocare di calcio, sino a giocare in categorie semi-professionistiche è sempre stato un appassionato del mondo bancario, finanziario assicurativo.

I suoi studi in economia aziendali gli hanno dato una formazione tecnica nel settore. La sua voglia di crescere e la mentalità aperta, gli hanno poi dato la possibilità di scegliere di provare a fare nuove esperienze.

Approfittando della sua bravura nel calcio decide di spostarsi a Roma, poi a Parma e solo successivamente a Milano per poi fermarsi in Brianza.

La sua esperienza milanese gli ha permesso di continuare a giocare calcio e contemporaneamente inserirsi nel settore assicurativo. Un mondo che gli dava la possibilità di auto gestirsi e poter così continuare nel suo sport preferito. Dopo una luna esperienza maturata nel settore assicurativo e finanziario come manager di 2 società di altissimo livello decide qualche anno fa di intraprendere una strada diversa.

Si specializza nel mondo degli investimenti, della consulenza aziendale e del brokeraggio assicurativo. Questo nel tempo gli porta a creare dei marchi importanti presenti sul territorio nazionale e diversificando poi la sua visione in diversi settori professionali e merceologici.

Le sue svariano dal finanziario, assicurativo, medico e sportivo. Oltre ad essere riferimento dell' associazione Medici Brianza e Milano Onlus, attiva su progetti nazionali ed internazionali per aiutare e sostenere le persone meno fortunate, soprattutto bambini. Le attività benefiche delle quali è ideatore ed organizzatore gli hanno permesso di entrare nel tessuto sociale brianzolo con grande ammirazione.

Sempre presente e disponibile nel sostenere cause sociali importanti. L'ultima sua creazione, insieme ad altri soci è la Sport City Ssd Srl, società sportiva in provincia di Lecco (Lomagna) che gli permetterà di costruire una vera e propria città dello sport con annessi campi di padel, Beach volley e tanto altro ancora. Più volte gli è stato proposto, di entrare in politica, ma non ha ancora deciso se affrontare un passo importante come questo, sicuramente, è una sua passione. Ma il verbo fare, spesso, non coincide con la politica. Sarà il suo prossimo obiettivo?



Giuseppe Conte

La fidanzata Olivia Paladino, l'ex moglie e... il figlio!





Dal primo giugno 2018 Giuseppe Conte è presidente del Consiglio dei ministri. I suoi 56 anni portati benissimo e il suo aspetto curato hanno originato in rete un particolarissimo fan club chiamato “le bimbe di Conte” che l’ha trasformato suo malgrado in un sex-symbol. Ma qual è la vita privata del premier? Chi è la sua ex moglie e madre di suo figlio? Chi è l’attuale fidanzata Olivia Paladino?

Valentina Fico, ex moglie di Giuseppe Conte

Sebbene Giuseppe Conte sia molto riservato sulle sue vicende personali, quello che si sa è che è stato sposato con Valentina Fico dalla quale ha avuto un figlio, Niccolò, che ora ha 11 anni. Inizialmente neppure i giornalisti conoscevano il cognome dell’ex moglie e si riferivano a lei con il solo nome di battesimo. Non è nota la data del matrimonio né quanto sia durato: ciò che è certo è che nonostante la rottura i due ex coniugi sono ancora in ottimi rapporti. Secondo alcune indiscrezioni il premier avrebbe telefonato all’ex consorte prima di accettare il suo primo incarico di presidente del Consiglio. In seguito alle controversie sul suo curriculum che riportava alcuni studi negli USA dei quali non si trovava traccia, Valentina Fico fu contattata dalla stampa. “Sarà un buon premier – dichiarò – quelle sul suo curriculum sono tutte stupidaggini. Il CV è tutto in ordine, lo confermo assolutamente”.

Sono emersi poi ulteriori dettagli sulla sua vita: l’ex moglie di Giuseppe Conte sarebbe figlia dell’ex direttore del Conservatorio Santa Cecilia in Roma e, secondo il suo profilo LinkedIn, lavorerebbe dal 2003 come “avvocato presso avvocatura dello Stato”. Il quotidiano Libero ha riportato una sua importante vittoria avvenuta ad agosto 2020, quando davanti al Tar del Lazio è riuscita a farsi riconoscere i premi che spettavano a lei e

a 11 colleghe durante i congedi di maternità.

Olivia Paladino, fidanzata di Giuseppe Conte

L’attuale fidanzata di Giuseppe Conte è Olivia Palladino, figlia dell’albergatore romano Cesare Paladino e dell’attrice svedese Ewa Aulin. Secondo un’indiscrezione non ufficiale avrebbe 39 anni – 17 in meno del premier – e lavorerebbe come manager nell’Hotel Plaza, la struttura di famiglia a pochi passi da Piazza di Spagna. Secondo Money.it Olivia Paladino sarebbe madre di una figlia adolescente avuta da una precedente relazione con un ex compagno di studi.

A parte i capelli biondi e gli occhi castani, della donna si sa poco o nulla: non possiede profili social né ama accompagnare il partner nei suoi incontri ufficiali. Una delle sue poche uscite mondane con Giuseppe Conte risale al 2 luglio 2020 in occasione del festival “Il cinema in piazza” organizzato a Trastevere da Cinema America. A sorpresa, i fidanzati si presentarono per assistere alla proiezione di La Bella Vita di Paolo Virzì accomodandosi per terra su due cuscini: senza cravatta lui, abito nero lei. Per l’occasione la pagina Twitter dell’organizzazione scrisse “I cuscini di Piazza San Cosimato sono belli perché capita di vedere chiunque, anche presidenti del Consiglio”.

Nell’estate 2020 la first lady italiana fu al centro di una polemica su una sua borsa che pareva a tutti gli effetti una Hermes da 80 mila euro. Ma il settimanale Chi di Alfonso Signorini svelò i retroscena pubblicando lo scontrino che dimostrava il valore dell’accessorio, 140 euro, acquistato in un’anonima bottega di San Felice al Circeo. Ma Olivia – dicono i maligni – può permettersi ogni lusso anche senza ricorrere al fidanzato. In confronto alle entrate dei Paladino, infatti, Giuseppe Conte guadagna “solo” 6.700 euro al mese.





STUDIO LEGALE
SARNO AVV. MICHELE

Lo Studio Legale Sarno Avv. Michele è esperto in ogni ramo del diritto sia civile che penale a Salerno.

Attività legali:

diritto civile, diritto penale, diritto penale commerciale, diritto penale della famiglia, diritto penale societario, diritto penale tributario, responsabilità civile.

Attività:

consulenza legale, diritto penale amministrativo.

Servizi:

assistenza giudiziale, assistenza legale stragiudiziale.

Lo Studio riceve previo appuntamento telefonico presso la sede di Salerno in via Lama, 7. Lo studio legale è esperto in ogni ramo del diritto sia civile che penale e offre assistenza sia nella sede giudiziale che stragiudiziale.



STUDIO LEGALE SARNO AVV. MICHELE

Via Lama Giovanni Bernardo 7 – 84129 Salerno (SA) tel: 089 751105

Letter from LifePARTNER

numero quarto 2020

Noschese Giuseppe
 Casciello Gigi
 Rispoli Clemente
 Andria Gene'
 Raciti John
 Cuofano Pasquale
 D'Apice Salvatore
 Sica Ernesto
 Pagliara Vincenzo
 Falivene Gerardo
 Campagna Matteo
 Selvino Daniele
 Boccia Flavio
 Torsello Lino
 Stanzione Mario
 D'amico Felice
 De Rosa Cristiano
 Loria Salvatore
 Lucarelli Maria

Mele Nicola
 Montaperto Francesco
 Siani Wolfango
 Criscuolo Giorgio
 Inno Giuseppe
 Porcaro Germano
 Vuolo Gianfranco
 Zito Mario
 Forgetta Andrea
 Barba Vincenzo
 Lucarelli Maria
 Nunziante Lia
 Hutter Solange
 Micali Antonio
 Guariglia Francesco
 Basile Emiliana
 De Crescenzo Giuseppe
 Rubino Alessandro
 Cicalese Angelo

Ciccione Romano
 Ansalone Gigi
 Caturano Gianluca
 Di Domenico Antonio
 Graziano Gennaro
 Cammarota Rosario
 Marotta Nicola
 Loffredo Alfonso
 Labonia Simone
 Avino Luigi
 Scarpa Lucio
 Fasano Maurizio
 Basso Maurizio
 Dossi Stefano
 Giordano Marco
 Altobello Antonio
 Barra Mariella

(...al n.04 del 2020)

Il lusso è ancora un bene maschile?

L'orologio non è solo un oggetto che scandisce il tempo, è un accessorio che fa la differenza in un uomo. E' chiaro che la nostra classifica non è la cartina tornasole della realtà, ci sono nel mercato orologi da polso bellissimi a partire dai Rolex o dai Cartier che nulla hanno da invidiare ai tre del podio



Gli uomini dominatori dello status symbol luxury non mollano di un centimetro il loro podio. In questo articolo vi spieghiamo affezionati partner Life perché il lusso è ancora ad appannaggio dell'uomo e lo sarà almeno fino al 2022.

L'uomo dedica sempre più tempo a se stesso, migliora il suo aspetto fisico e ci tiene tanto quanto la donna a cercare il meglio per apparire al meglio. Il lusso quindi punta molto su questo target: si scommette sull'uomo per produrre fatturati.

All'ombra della moda casual, lo shopping di lusso non sente crisi, soprattutto in alcuni paesi del mondo come il Giappone, in cui si assiste a un divario sempre più evidente tra ricercatezza, stile e

apparenza tra uomo e donna. La vanità è maschio e non fa più scalpore neppure il progressivo interesse verso le cure estetiche che vantano crescita pari al 25% annuo negli uomini.

Un'attenzione all'acquisto diversa da quella della donna e confermata dai più grandi brand del lusso che all'unanimità dichiarano quanto l'uomo abbia ben definito il concetto sartoriale, il look per le diverse occasioni, il dettaglio e l'accessorio per distinguersi.

Parlando di accessori abbiamo pensato di proporre ai nostri lettori i 3 orologi più belli al mondo. Entriamo nel vivo della classifica e vediamo quali sono i tre orologi più prestigiosi di sempre.

Letter from LifeSTATUS

L'orologio più bello: il **3°** classificato
PATEK 1939

E' un Patek Philippe 1939
Platinum World Time Watch.
Un orologio da 4 milioni di dollari e uno dei
più rari al mondo. La formula che unisce
estetica a materiale si armonizza
con la funzionalità.



L'orologio più bello: **2°** classificato
OROLOGIO METEORIS

E' un Louis Moinet Meteoris Watch da 4,6 milioni di dollari. Si dice che ce ne siano solo quattro in tutto il mondo, questo orologio svizzero è stato creato utilizzando materiale di meteoriti proveniente da alcuni corpi celesti. Il Meteoris Mars ha un frammento di Marte, il Meteoris Rosetta Stone un pezzo di meteorite, il Meteoris Asteroid e il Meteoris Moon roccia lunare. Sarà per questo che il suo prezzo è stellare?

L'orologio più bello: **1°** classificato
PATEK PHILIPPE 1527

Il Paterk Philippe Reference 1527 Perpetual Calendar
Solo 5,5 milioni di dollari per questo orologio di
lusso. E' forse il più costoso al mondo, dotato di una
cassa da 18 carati in oro giallo abbinata a un qua-
drante argentato opaco da 3,7 millimetri. Troviamo
all'interno un cronografo, un calendario perpetuo e
un indicatore delle fasi lunari.



Self-made woman

La storia di Madam CJ Walker nella nuova serie Netflix

Tra le novità di marzo, Netflix ci propone *Self-made*: la vita di Madam CJ Walker, miniserie americana ispirata alla vita di Sarah Breedlove, la prima donna nera diventata milionaria negli Stati Uniti. In quattro puntate da 45 minuti impariamo a conoscere una figura femminile coraggiosa e combattiva che è riuscita a creare dal nulla un impero industriale nell'America a cavallo tra l'Ottocento e il Novecento.

La vita di Sarah, interpretata da Octavia Spencer, non è mai stata facile: nata nel 1867 in una famiglia di schiavi era stata la prima nata libera della sua famiglia grazie al Proclama di emancipazione promulgato in quegli anni a Guerra civile appena terminata. Non avendo la possibilità di studiare, appena adolescente Sarah iniziò a lavorare come lavandaia e sposò il primo marito, Mosè McWilliams da cui ebbe l'unica figlia Lelia. Violento e alcolizzato, il marito presto finì in prigione e poco dopo morì lasciando sola la donna con una figlia neonata.

In questa situazione così difficile, Sarah iniziò anche a perdere i capelli. L'incontro con Addie Munroe (Annie Malone nella vita vera), una ricca donna nera ideatrice di una linea di prodotti per capelli, cambierà per sempre la sua vita. Addie però, se inizialmente empatizzerà con Sarah, curandole i capelli in cambio dei suoi servizi da lavandaia, si rivelerà competitiva e classista, umiliando più volte la donna e non ritenendola all'altezza di vendere i suoi prodotti.

Caparbia e testarda, Sarah non si farà abbattere da questa situazione ed inizierà a creare e a vendere nuovi prodotti migliorando la formula di Addie, creando pian piano -non senza ulteriori ostacoli- un'enorme industria di produzione, imponendosi come prima donna americana in assoluto ad essere diventata milionaria solo con le proprie forze e iniziando a farsi chiamare Madam CJ Walker (dal terzo marito Charles Joseph Walker), incarnando la figura della vera e propria self-made woman. La forza di Madam nel business è proprio la sua fragilità: la donna riesce a vendere i propri prodotti raccontando la sua storia, mostrandosi non come una mera commerciante ma come una donna che parla direttamente ad altre donne attraverso la sua esperienza, adottando quindi una strategia di marketing vincente che Addie, da donna privilegiata, non poteva fornire e allo stesso tempo cercando di migliorare le condizioni di migliaia di donne come lei.

Uno dei messaggi centrali della serie è legato al rapporto tra aspetto esteriore e identità culturale: non è un caso che molte delle battaglie portate avanti negli anni '60 e '70 del Novecento dalle donne afroamericane -come si può riscontrare chiaramente anche nel documentario di Agnès Varda *Black Panthers*- riguardava proprio la bellezza black e il capello afro, unico ed eccezionale e simbolo d'appartenenza.

Più volte Madam sottolinea l'importanza di coltivare un'industria di prodotti esclusivamente destinati alle donne afroamericane che fino a quel momento avevano sofferto dell'assenza di modelli di bellezza non-bianchi, non ricevendo nessuna rappresentazione né nell'advertisement né nel mercato dei prodotti estetici. Appropriarsi degli spazi di rappresentazione è fondamentale per l'empowerment femminile black, in particolare in quel periodo storico ancora legato alle discriminazioni razziali e alla schiavitù. Ambientata nei primi del Novecento, la serie mostra un periodo storico di relativa libertà di costumi: ci avviciniamo ai tempi delle flapper, donne libere e intraprendenti che iniziano ad emanciparsi dai propri compagni guadagnando indipendenza. Questo è anche il periodo dei club femminili, circoli d'incontro tra donne delle upper class che nella serie saranno proprio i primi investitori di Sarah, dando il via ad un business creato dalle donne per le donne. Collegandoci alla libertà dei costumi viene introdotta nella serie anche una storyline LGBTQ+ di cui nonostante non appaiano reali riscontri storici, mostra come davvero il primo decennio del Novecento fosse un periodo di grande fermento culturale. Tutta l'estetica liberty dell'epoca è minuziosamente trasposta anche attraverso la scenografia, i costumi e -inutile dirlo- le acconciature.

Interessante è anche la scelta della colonna sonora: la music supervisor della serie Morgan Rhodes -che ha collaborato anche in *Selma* e in *Dear White People*- ha voluto includere brani di donne nere, spaziando dall'R&B al pop in una soundtrack che comprende Janelle Monáe, Santigold e Queen Latifah tra le altre.

Tra i produttori esecutivi della serie figurano Janine Sherman Barrois, Octavia Spencer stessa, la star del basket LeBron James e Kasi Lemmons, regista del candidato Oscar *Harriet*, che dirige qui anche il pilot della serie. Il cast e la crew, quindi, risultano in grandissima parte afroamericani, segnando una vera e propria novità in un campo in cui manca sempre più rappresentazione.

Self-made, nonostante i tempi un po' compressi della miniserie, riesce quindi a proporsi come un prodotto realmente innovativo nel panorama seriale, non solo perché porta all'attenzione una figura importantissima e poco conosciuta della black history, ma anche per il suo trattare argomenti tuttora fondamentali per il black empowerment: la rappresentazione nei media risulta fondamentale per l'autostima e per l'identità di ogni donna nera che riconoscendosi in modelli femminili simili a sé impara ad apprezzare le sue particolarità, proprio come aveva già intuito Madam che -mettendo il suo viso e quello di altre modelle black sulle pubblicità e sui prodotti- aveva insegnato a milioni di donne ad amare se stesse.

Letter from
LifeSTORY

Specializzati nella cura delle tante problematiche che condizionano il muscolo scheletrico: lombalgie, cervicalgia, cefalee, sensazione di sbandamento e stordimento, le sciatiche, le protrusioni o le ernie discali, ma anche artrosi e dolori articolari in genere. Collaboriamo, con ottimi risultati, con Dentisti e Gnatologi, da svariati anni, per la risoluzione dei problemi dell'Articolazione Temporo Mandibolare e per l'Ortodonzia Intercettiva per quei bambini che necessitano oltre al trattamento osteopatico anche al prosieguo di una terapia ortodontica.

dott. Cristiano **De Rosa**

**Studio
di Osteopatia
e Posturologia**



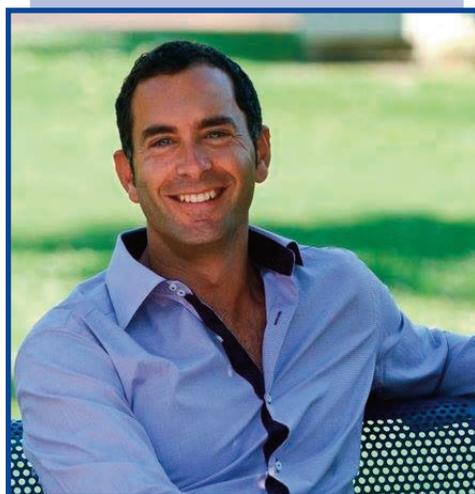
DOTT. CRISTIANO DE ROSA
Via Brodolini 16 Battipaglia (Sa) lun/mar/merc
Via Salvatore Allende 19 Baronissi (Sa) giov/ven
+39 3384402565
cristianoderosa@yahoo.it
www.osteopatiaderosa.com



PER LO SPORT!

Letter from
LifeSOCIO

Cristiano DE ROSA



Mi chiamo Cristiano De Rosa. Fisioterapista, Osteopata, con un Master in Posturologia presso la Sapienza di Roma. Mi dedico, da circa venti anni, alla cura delle problematiche muscolo scheletriche: lombalgie, cervicalgia, cefalee, sensazione di sbandamento, sciatiche, protrusioni o ernie discali, ma anche artrosi e dolori articolari in genere. Collaboro, con ottimi risultati, con Dentisti e Gnatologi, da tanti anni, per la risoluzione dei problemi dell' Articolazione Temporo Mandibolare e per l'Ortodonzia Intercettiva per quei bambini che necessitano oltre al trattamento osteopatico anche al prosieguo di una terapia ortodontica. Ho dato vita, insieme allo staff ICOM, dove sono stato socio e Direttore di sede.

DOTT. CRISTIANO DE ROSA
Via Brodolini 16
Battipaglia (Sa) lun/mar/merc
Via Salvatore Allende 19
Baronissi (Sa) giov/ven
+39 3384402565
cristianoderosa@yahoo.it
www.osteopatiaderosa.com



doc.derosa



OSTEOPATA

**Dolore ai muscoli
con sensazione di
bruciore, rigidità
o contrattura?**

**Potrebbe
trattarsi di
Fibromialgia**



La fibromialgia è una patologia caratterizzata da dolori muscolari associati ad affaticamento, rigidità, mal di testa, problemi di insonnia, di memoria, colon irritabile nonché alterazioni dell'umore.

Il dolore viene descritto in diverse modalità: come sensazione di bruciore, rigidità, contrattura o tensione.

Spesso varia in relazione ai momenti della giornata, ai livelli di attività, alle condizioni atmosferiche, al ritmo del sonno e allo stress. Colpisce più spesso le donne in età adulta: rapporto 9:1 rispetto ai maschi e l'incidenza ha una diversa interazione tra fattori genetici, biologici, psicologici e socioculturali.

Sebbene spesso l'esame obiettivo di taluni pazienti risulti nella norma, un attento esame dei loro muscoli rivela la presenza di aree algogene in sedi specifiche: i Tender Points. Questi sono quasi sempre presenti in entrambi i lati del corpo e possono essere latenti o evocabili alla digitopressione (Wolfe 1995).

The America College of Reumatology ha individuato 18 punti, **tender points**, che rispondono a dolore circoscritto. I tender points si trovano alla base del cranio vicino la colonna, alla base del collo, sulle spalle, fra clavicola e spina dorsale, sulla cassa toracica, sull'avambraccio 2 cm sopra il gomito, nella parte superiore dell'anca, nella parte alta dei glutei e sul ginocchio.

Il disturbo può comparire gradualmente e aggravarsi con il passare del tempo. Oppure può comparire dopo in evento scatenante come un trauma fisico, un'infezione o uno stress emozionale o psicologico.

TERAPIA

Il paziente fibromialgico è inquadrato dal reumatologo o altro specialista e la cura spesso è farmacologica attraverso combinazioni di farmaci miorilassanti, cortisonici, antidepressivi e antiepilettici a seconda del caso e viene consigliata poi una blanda attività fisica, massoterapia, idroterapia, yoga e quant'altro.

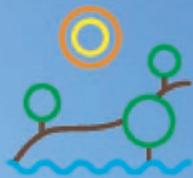
Osteopaticamente si può dare, invece, un grande contributo a queste persone. Il trattamento prevede un lavoro di riequilibrio globale delle funzioni del corpo, trattando a livello manipolativo i vari distretti articolari in blocco, ripristinando i circuiti linfatici, trattando i tender point con manovre "soft issue" che permettono di ridurre il dolore percepito dal paziente. In questo modo, man mano che il paziente si sentirà meglio avrà più consapevolezza di poter guarire e sarà in grado di portare avanti un progetto di "salute" attraverso l'attività fisica, l'alimentazione, la cura di sé con varie figure specialistiche di supporto (medico, nutrizionista, fisioterapista, psicologo, personal trainer in base alle esigenze del paziente)

Pertanto il lavoro di equipe è sempre vincente.

Il successo è quasi sempre garantito, il "quasi" dipende da diversi fattori quali disponibilità da parte del paziente, dal tempo intercorso dall'inizio della patologia e dalle condizioni bio psicosociali.

23

Life
Leader
NUMEROQUATTRO2020



AMALFI
COAST'S
LANDS

Non chiamateci solo alberi...

seguici

Noi siamo il vostro **GUSTO**.

Noi siamo il vostro **RESPIRO**.

Noi siamo il vostro **SGUARDO**.

Noi siamo il vostro **PASSO**.

Noi siamo il vostro **ASCOLTO**.

Noi siamo il vostro **RICORDO**.

Custodiamo le seguenti risorse naturali

- Qualità dell'aria, in termini di sequestro e stoccaggio di CO2 nelle superfici arboree.
- Difesa del suolo, mediante interventi di mitigazione dei rischi di erosione e frane.
- Diversità biologica, con la conservazione delle specie vegetali, floreali e faunistiche.
- Benessere ricreativo, organizzazione attività turistiche e sportive in habitat naturali.
- Bilancio idrico, grazie al risparmio e tutela delle acque sotterranee e superficiali.
- Cultura ecosostenibile, mediante eventi didattici per le nuove generazioni.

AMALFI COAST'S LANDS

Letter from
LifePARTNER



IMPRENDITORE

Cristian ALTOBELLO



Cristian Altobello, originario di Cava de'Tirreni, classe 1993, e come tale, appartenente alla cosiddetta "Generazione Y" dei Millennials. Appassionato da sempre delle tematiche ambientali, ha potuto avvicinarsi sin da piccolo alle realtà di gestione forestali tramite le proprietà boschive della sua famiglia. Dopo le sue prime esperienze ha avviato un'attività di bioedilizia, con particolare riferimento al recupero funzionale di edifici nei contesti suburbani e rurali. Vista la crescente attenzione della comunità internazionale alla lotta ai cambiamenti climatici e la forte spinta all'innovazione nei processi in agricoltura, Cristian inizia un confronto con professionalità e nuovi modelli della green economy, che lo portano nel 2018 ad iniziare l'avventura della Amalfi Coast's Lands. Ad oggi, oltre che aver raccolto, tutte le proprietà di famiglia in un'unica azienda agricola, gestisce insieme a collaboratori, partner di marketing e servizitecnici, la Amalfi Coast's Lands ed il suo e-commerce per l'adozione degli alberi.

Le risorse naturali della Amalfi Coast's Lands



Ogni attività, sia in forma singola che associata, nonostante l'impegno di miglioramento ecosostenibile degli ultimi anni, genera un impatto globale sull'ambiente e sulle risorse naturali dell'intero pianeta; tale impatto, detto "impronta ecologica", è quantificabile con vari strumenti, quali Life Cycle Assessment, Carbon Footprint, Norme 14000, EMAS, ecc.. Da qui, l'idea di individuare un soggetto che potesse costruire processi produttivi, tipicamente forestali ed agricoli, che potesse "bilanciare" gli impatti residuali negativi delle altre aziende e "custodire" le risorse naturali per le future generazioni. Noi della Amalfi Coast's Lands, operativi dal 2018, grazie all'incontro tra "green" e "digital" abbiamo sviluppato nei territori della costiera amalfitana e dei colli salernitani dei servizi ecosistemici locali che, di fatto, rendono disponibili le risorse naturali "consumate" dal cammino economico altrui. Infatti, dopo i primi mesi che ci hanno visti impegnati, nel territorio amalfitano, ad aumentare la consapevolezza che, una buona gestione di queste infrastrutture "verdi", può incidere in maniera significativa sulla qualità della vita e dello sviluppo sostenibile delle comunità locali, ci siamo adoperati a costituire un primo nucleo della rete territoriale, nella quale hanno aderito: proprietari terrieri, aziende forestali, agricoltori ed associazioni culturali. Tali soggetti locali hanno siglato accordi con la Amalfi Coast's Lands per convertire la loro gestione ordinaria delle risorse naturali del territorio in ottica ecosostenibile, prediligendo le azioni di tutela a quelle di sfruttamento delle risorse stesse, quali agricoltura intensiva, taglio alberi e sprechi idrici.

Con l'attuazione dei nostri servizi ecosistemici locali su quasi 100 ettari, attualmente custodiamo le seguenti risorse naturali:

qualità dell'aria, in termini di sequestro e stoccaggio di CO2 nelle superfici alberate; bacino idrico, grazie al risparmio e tutela delle acque sotterranee e superficiali; difesa del suolo, mediante interventi di mitigazione dei rischi di erosione e frana; diversità biologica, con la conservazione delle specie vegetali, floreali e faunistiche; benessere ricreativo, organizzando attività turistiche e sportive in habitat naturali; cultura ecosostenibile, mediante eventi didattici per le nuove generazioni.

La prima risorsa naturale che abbiamo iniziato a distribuire a partire da questo 2020, è la qualità dell'aria, grazie al "respiro degli alberi al sole". Infatti, il nostro servizio "Sunny Tree Breath" consente ai singoli ed alle Aziende di contribuire all'assorbimento di anidride carbonica (CO2) delle superfici alberate, gestite dalla Amalfi Coast's Lands secondo il rigore delle principali norme volontarie riconosciute a livello internazionale. Tale risorsa, può essere acquistata individualmente anche direttamente dal nostro sito di e-commerce www.amalficoastslands.it, adottando un albero e, di conseguenza, la sua capacità di stoccare la CO2. Per ulteriori approfondimenti sull'iniziativa **ADOTTA UN ALBERO** non esitare a consultare il sito www.amalficoastslands.it, oppure contattarci tramite i canali social.

Letter from
LifePARTNER

Lia
NUNZIANTE



Lia Nunziante.

Affermata personal trainer del salernitano è conosciuta e riconosciuta per il suo forte interesse per le donne.

La nostra personal trainer è, per l'appunto, specializzata nell'allenamento al femminile e si occupa della donna nella sua totalità.

La sua forte passione per questo mondo nasce ben otto anni fa quando ha iniziato ad interessarsi al mondo del fitness e al raggiungimento del benessere psicofisico della donna.

La sua formazione va oltre oceano, conoscenze provenienti da studi americani sull'allenamento al femminile e continui aggiornamenti a tutt'oggi.

LIA NUNZIANTE
-PERSONAL TRAINER-
lianunziante@icloud.com
chiama : 089345779
scrivi al 3287895408



PERSONAL TRAINER



**“Difendere
la nostra
salute, o si
rischiano
dei grossi
problemi!”**

Sembra che lo studio non le basti mai, motivo per il quale non tocca neanche per errore. Tutte le sue donne cambiano radicalmente i connotati nel giro di poche settimane, frutto di esperienza di anni ed anni di lavoro.

Pare che non riesca più a contare quanti corpi abbia rivoluzionato, se ne contano circa 300 al mese. La sua prerogativa è allenare la donna per il raggiungimento di un benessere fisico e mentale. Mira alla cura e alla difesa della salute.

“Il mio obiettivo è quello di educarle allo sport per una conduzione di vita migliore. Lo sport ci allunga la vita!” Afferma la nostra trainer delle donne.

Il suo è un lavoro di squadra, collabora con un team di specialisti, come un nutrizionista, una psicologa specializzata nei disturbi alimentari ed una curatrice d'immagine. Tutti che lavorano sinergicamente verso un unico obiettivo.

Lia Nunziante afferma ogni giorno l'importanza dell'attività fisica nella vita di una persona, idea avvalsa dalle sue innumerevoli iniziative, ultima delle quali è avvenuta lo scorso aprile 2020. Quando il terrore invadeva le case degli italiani, quando la libertà è stata negata ad ognuno di noi, quando il Covid ha pietrificato tutto il mondo. Lia Nunziante non si è persa d'animo neanche per un secondo, ha deciso di tendere la mano a chiunque volesse staccare la spina solo per un'ora del suo claustrofobico tempo: ha creato un gruppo su Facebook dove ogni giorno si allenava in live, non solo con le sue clienti ma con chiunque volesse farlo.

Il suo era diventato un appuntamento fisso. Ogni giorno alla stessa ora erano tutti pronti di fronte ad un piccolo schermo del cellulare ad aspettarla. Ci si allenava e ci si divertiva... e tutto sembrava magicamente più leggero. Come si potrebbe definirlo? Una donna uragano! In quei giorni, in cui tutto aveva un peso incombente, motivava tutti i connessi con discorsi che allietavano le loro menti, pensieri positivi che facevano bene al cuore. Lia Nunziante non ha perso occasione, dunque, di sottolineare l'importanza dello sport nelle nostre vite.

E sapete, ancora oggi tutte le persone che hanno iniziato in piena quarantena, tra ciambelloni e pizze al forno, continuano il proprio percorso verso il raggiungimento del benessere.

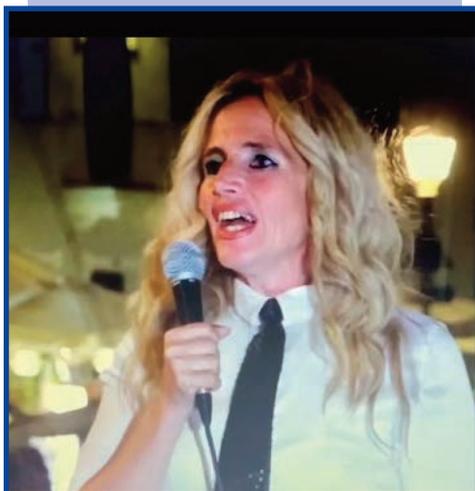
Oggi quando tutto sembra stia tornando, Lia Nunziante è sul piede di guerra affermando che ci si può allenare a casa con l'ausilio di piccoli attrezzi e in più garantisce un servizio di assistenza per chiunque voglia allenarsi supportato dal suo team e la sua App che facilita gli allenamenti “at home”.

Non importa se chiudono le palestre, a casa con tutti i nostri comfort possiamo non rinunciare ad un nostro diritto...perché il movimento è vita e noi non possiamo rischiare di morire.

Con la nostra super donna non si accettano scuse per mollare. Se anche tu non vuoi rinunciare al tuo benessere, puoi chiedere aiuto alla nostra Nunziante, avrà per te la soluzione.

Letter from
LifePARTNER

**Solange
HUTTER**



Solange Sabin Sonia Hutter è nata a Marsiglia. Suo padre è l'attore di film western e polizieschi particolarmente noto tra gli anni 70/80 Antonio Sabato. Vive in Costiera Amalfitana e attualmente è Dirigente scolastico presso il liceo Scientifici co-Classico di Amalfi. Appassionata studiosa di neuroscienze e fisica quantistica, ama tutti gli animali e pratica un'alimentazione vegetariana.

“Questa epidemia sta volgendo al termine, lo attestano dati ufficiali che ogni giorno appaiono più tranquillizzanti.

Anche i dogmi o presunti tali si stanno sciogliendo come “neve al sole”, primo fra tutti quello relativo ai cosiddetto “asintomatici” che sembra proprio che non contagino nessuno; i tamponi, inoltre, dei “positivi” rivelano una carica talmente bassa che il virus non sarebbe in grado di provocare neanche un raffreddore.

SOLANGE HUTTER

Salerno

cell. +39 338 265 6412



DIRIGENTE SCUOLA



Chi dice che l'eventuale contagio avviene a scuola?

Chi vi scrive è un Dirigente scolastico e una madre estremamente preoccupata per le sorti della Scuola Italiana, già fortemente depauperata di tante prerogative in modo indiscriminato e deleterio per quello che dovrebbe essere il luogo preposto allo sviluppo psicofisico dei nostri bambini, giovani e adolescenti. Sarò chiara e concisa: il “distanziamento sociale” è un concetto disumano perché l'uomo, l'essere umano è una creatura sociale che muore emotivamente senza il contatto e ciò non lo affermo solo io ma la scienza, l'antropologia, la medicina, la pedagogia, la psicologia e la psichiatria; gli esseri umani, infatti, si ammalano, se privati del contatto e delle interazioni spontanee con i propri simili.

Io non credo che questo Governo, già fortemente in difficoltà, per tutte le implicazioni note a tutti i cittadini italiani dalle quali emerge una realtà via via sempre più differente rispetto alla situazione iniziale di panico totalizzante, voglia procedere nel senso indicato da queste linee-guida che di chiaro e operativo, peraltro, presentano molto poco.

“Analizzando le linee guida possiamo subito renderci conto della mancanza totale di riferimenti pedagogico/didattici e di attenzione alla sfera emotiva/psicologica dei bambini e dei giovani. Attualmente, con l'applicazione di questo Piano scuola, siamo in presenza di un vero e proprio sistema sanitario dove non c'è più alcuno spazio per il benessere, la socializzazione e la cultura. Ho lanciato un allarme già da prima che si “riaprissero” le scuole perché assistiamo ad una deriva totalitaria che porterà danni incalcolabili “

Alla luce anche di queste evidenze scientifiche e considerando che ci sarebbero, ci sono stati e ci saranno, rischi di ogni genere, derivanti da altre cause, al di là del fantomatico “covid19”, davvero non si capisce il motivo di prolungare questo allarme che già ha causato danni incalcolabili al nostro Paese, ai nostri giovani, verso i quali ci sono delle colpe immense da parte di quanti hanno senza coscienza voluto trasmettere messaggi di una violenza inaudita. I nostri ragazzi hanno diritto ad una scuola NORMALE dove poter vivere sereni, acquisire sicurezza, sorridere ed abbracciarsi, ed io, in qualità di Dirigente scolastico, sono responsabile anche della salute dei miei dipendenti e dei miei studenti, “salute” che, come dichiara l'OMS, è uno “stato di benessere psicofisico”, pertanto imprescindibile da una condizione di serenità, affettività spontanea, in particolare nei bambini della scuola dell'infanzia, della primaria e della scuola secondaria di 1 grado.

A fronte di una situazione epidemiologica di scarsissimo rilievo relativamente a potenziali contagi, con le linee-guida dettate di recente dal Ministero dell'Istruzione, si creerebbe una situazione molto grave e pericolosa per la salute di tutti, i cui danni potrebbero addirittura rivelarsi irrimediabili e drammatici, come atti suicidari, comportamenti autolesionistici e abuso di sostanze stupefacenti e alcol da parte di preadolescenti e adolescenti già fortemente turbati anche da mesi di isolamento. Mi giunge poi spontaneo un interrogativo: chiunque potrebbe ammalarsi, ma chi stabilisce che l'eventuale contagio sia avvenuto a scuola, piuttosto che su un autobus, o ad una festa, o in famiglia, o chissà dove?



Studio di Psicoterapia **Dott.ssa E. Basile**

Patologie trattate

Ansia
Depressione
Dipendenza
Disturbi alimentari
Disturbo Ossessivo Compulsivo
Fobia
Disturbi sessuali
Sindrome da deficit di attenzione e iperattività
Disturbo post traumatico da stress
Autostima
Problemi comportamentali
Problemi di coppia

Disturbo di personalità
Gioco d'azzardo patologico
Distruzione erettile
Disturbo bipolare
Bulimia
Borderline
Disturbi dell'apprendimento
Demenze
Adolescenza
Mindfulness
Training Autogeno
Somatizzazioni
Crescita personale

Analisi Definizione Stesura di relazione psicologico-clinica • da 70 €
Counselling e sostegno psicologico • 50 €
Primo colloquio psicologico • 50 €
Primo colloquio+test • da 60 €
Psicoterapia di coppia • 60 €
Psicoterapia Individuale e consulenze psicologiche individuali • 50 €
Test psicologici • da 80 €

Via San Paolo Bel Sito 79, Nola (Napoli)
081 19295162
Studio di Psicoterapia Dott.ssa E. Basile

Letter from
LifePARTNER

Emiliana BASILE

Dott.ssa Emiliana Basile
Curiosa ed entusiasta di natura, sono una professionista con oltre 10 anni di esperienza nel campo della Psicologia sostenuta da un solido percorso di formazione strutturata, basata sui migliori corsi sul tema. Sono una Psicoterapeuta Cognitivo-Comportamentale, Psicodiagnosta ed esperta in Risorse Umane, ho deciso di mettere a disposizione le mie competenze a tutte quelle persone che vogliono migliorare la loro individualità. Il mio studio offre interventi di prevenzione, diagnosi e sostegno psicologico rivolti alla persona, alla coppia, al gruppo e alla famiglia attraverso percorsi di psicodiagnosi, valutazione mediante test e colloqui clinici. Durante il percorso terapeutico accompagno l'individuo verso una scoperta guidata dei particolari periodi critici della sua vita, aiutandolo attraverso il dialogo e l'auto-osservazione ad esprimere pensieri, desideri e vissuti fino ad allora indicibili o inelaborati. Inoltre, mi occupo di Risorse Umane, le mie aree di interesse riguardano la capacità di direzione, coordinamento e pianificazione di attività progettuali, nonché di gestione delle risorse umane in merito alle dinamiche maturate sia in ambito lavorativo, che in sede di attività di studio e ricerca. Capacità di utilizzo e somministrazione dei test relativi all'ambito della Psicologia del Lavoro e della Psicologia Clinica.

EMILIANA BASILE
Avella (AV)
Contatti 3339272111



PSICOLOGA

Amore e sessualità ai tempi della seconda ondata del Covid



Durante la prima ondata e il relativo confinamento totale abbiamo potuto registrare alcune reazioni psicologiche e atteggiamenti prevalenti in diverse fasce di età.

I giovanissimi, nativi digitali, hanno continuato a rimanere in contatto fra loro attraverso le tecnologie già utilizzate in precedenza ma hanno risentito della riduzione notevole della socializzazione in presenza.

Alcuni adolescenti già isolati per la sindrome di Hikikomori (soggetti fra i 15 e i 25 anni, in prevalenza maschi) si sono sentiti sollevati almeno in parte ma il malessere in origine non si è certo risolto. Così come i disturbi alimentari (in prevalenza femmine) o le condotte autolesive non suicidarie in crescita nei giovanissimi.

Per le coppie la convivenza forzata ha provocato un esito negativo in tutti quei casi in cui le tensioni erano già molto accentuate.

Come dopo le vacanze estive si è assistito ad un aumento dei divorzi consistente (30% circa in più)

L'intreccio di problemi economici, degli spazi condivisi, l'aumento di ansia e depressione sono stati causa di calo del desiderio sessuali in moltissimi casi.

Le giovani donne single hanno sospeso la contraccezione e si sono registrate gravidanze non volute oltre al rischio di MST.

L'aumento dell'uso della pornografia, dell'autoerotismo come pratica sicura, della vendita di sex toys ci racconta di pratiche intese come tentativi di adattarsi alla nuova realtà. Alcuni ci riescono, altri meno e altri ancora per niente.

Il periodo successivo in netta cesura col confinamento precedente (una sorta di fase maniacoletta collettiva dopo quella depressiva) non solo ha fatto accelerare la ripresa del virus ma ci ha portato grande frustrazione e smarrimento per questa nuova ondata. Molti sono in difficoltà psicologica e non riescono a trovare un nuovo equilibrio rispetto alla sessualità, alla sperimentazione, al piacere e alla coppia.

Oggi le persone denunciano un grave senso d'incertezza e una sorta di congelamento emotivo in attesa di tornare alla vita precedente, il che si prospetta con tempi poco prevedibili e produce somatizzazioni frequenti (insonnia, ad esempio).

I diversi percorsi di psicoterapia e consulenza online messi a disposizione dai professionisti del settore sono così utili oggi da promuovere una cultura del cambiamento necessaria ad allontanare e a non rendere pericolosa l'esperienza forzata, imprevista, assurda e surreale che stiamo vivendo.



I regali più costosi di questo Natale!

I regali più costosi di questo Natale: potevamo non fare una lista di oggetti di altissima manifattura, proprio noi che cerchiamo il genio e l'originalità in ogni cosa?

Amuleto della fortuna

Costo: 250mila dollari (226mila euro). Lo so, è un po' caro, ma vuoi mettere la fortuna che ti porterà se lo indossi. Credimi ci sono persone pronte a spendere cifre esagerate per mettersi al sicuro da tutte le negatività terrene e celesti. La fortuna si paga e pure cara.



Rubino

Pensavi ti avrei suggerito un diamante? Troppo scontato. Guarda questo rubino naturale e pensa a questo gioiello unico. Ti costerà solo 110mila dollari, un prezzo giustificato visto che pesa 4.01 carati e non ne troverai un altro simile.



Dentifricio di lusso Theodent 300

Con questa pasta extra-forte i tuoi denti splenderanno di un bianco ottico. Con i suoi 80,000 euro è considerato il dentifricio più costoso del mondo, non contiene sostanze tossiche, ha il cappuccio in oro e un imballaggio di lusso che ricorda quelle del cioccolato. La formula brevettata è stata scoperta dal Dr. Tetsuo Nakamoto e ha un sapore di menta fresca.



Penna stilografica Aurora Diamante

Scrivere con una penna rivestita di diamanti deve essere un'emozione unica. L'oggetto di super lusso costa un milione di euro e li vale tutti. 30 carati più 18 del pennino realizzata in oro massiccio. Un tesoro tra le dita.



Monopoli d'oro

Non potevo dimenticarmi del Monopoli d'oro. E' opera del Presidente del Museo della Finanza Americana Finance David Cowen e del rinomato designer di gioielli di San Francisco Sidney Mobell. Insieme hanno prodotto il gioco del Monopoli utilizzando oro massiccio, diamanti e zaffiri. Il gioco in scatola di lusso ha un valore di 2 milioni di dollari, ogni componente è stato curato nel minimo dettaglio, così pure la prigione ti sembrerà dorata!





WWW.FLYCALL.IT

LAVORA CON NOI

AZIENDA LEADER NELLA GESTIONE DEI CONTACT CENTER, CON SEDI OPERATIVE AD ATRIPALDA (AV) E SALERNO SELEZIONA CONSULENTI TELEFONICI (ANCHE PRIMA ESPERIENZA) PER LA VENDITA DI SERVIZI RIVOLTI AI CLIENTI RESIDENZIALI E BUSINESS. OFFRIAMO: UN PERCORSO FORMATIVO GRATUITO E RETRIBUITO, UN PIANO DI INSERIMENTO ED AFFIANCAMENTO CHE METTA RAPIDAMENTE L'OPERATORE IN CONDIZIONE DI RAGGIUNGERE IMPORTANTI RISULTATI PROFESSIONALI ED ECONOMICI, UNA SEDE SERVITA DAI MEZZI PUBBLICI, UNO STAFF PREPARATO E COMPETENTE, CONCRETE POSSIBILITÀ DI CRESCITA PROFESSIONALE.

PER INFORMAZIONI - 089-9952310



PER LA SEDE DI SALERNO IN VIA VIA SAN LEONARDO 51

Cerchiamo: Figure con uno spiccato orientamento al lavoro con ottime doti comunicative e relazionali, personalità estroversa e positiva, buona predisposizione all'attività commerciale e orientamento al cliente, forte motivazione, determinazione, attitudine al lavoro di gruppo e alla vendita, conoscenze informatiche di base, disponibilità immediata. Turno lavorativo part time: h09.00-h13.00, h12.00-h16.00, h17.00-h21.00

Compila il form di contatto sulla pagina <https://www.flycall.it/offro-lavoro/> e sarai ricontattato. Invia una email info@flycall.it con il tuo CV per candidarti.

Lavora con Fly Call!
Vuoi entrare a far parte del nostro Team di lavoro?
Stiamo cercando proprio te!

Letter from
LifePARTNER

**Mariella
MARRA**



Mi hanno chiesto di scrivere delle parole su Fly Call, ho scritto, ho stracciato molti fogli! E' difficile racchiudere in delle parole quello che noi siamo, quello che abbiamo costruito, dove siamo capaci di arrivare. FlyCall rappresenta il centro servizi per la gestione completa in outsourcing di chiamate telefoniche sia inbound che outbound, ed è un moderno esempio di contact center integrato. operiamo dal 2011 nel settore residenziale e business, rivestendo la figura di partner Commerciale di Fastweb S.p.A. Offriamo un servizio gestione chiamate telefoniche e servizi correlati preno tazioni cup per l'Azienda Ospedaliera S.G.Moscato di Avellino. Operatori ed agenti sono in grado di offrire la soluzione ad hoc per le svariate esigenze di connettività.

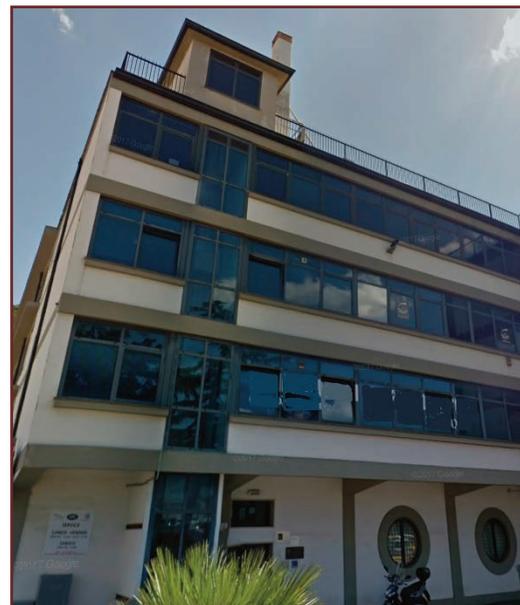
La struttura rappresenta una contact center solution (Customer Care, Telemarketing e Teleselling) costruita in forza dell'esperienza maturata nel settore, per fornire le funzionalità avanzate richieste oggi da partner di un certo rilievo.

FLY CALL
Salerno- Italia
089 9952310
info@flycall.it
www.flycall.it



IMPRENDITRICE

Fly Call. A Salerno l'azienda leader nella gestione dei contact center!



Oggi lavorare in un call center è considerata una cosa da disperati. Ma stando ai dati, oggi sono 23 mila gli italiani che lavorano in un call center. La fama non propriamente gloriosa dei call center è dovuta al loro passato, quando le pause erano poche, gli stipendi bassi e l'atmosfera caotica. Oggi però le cose sono concretamente cambiate rispetto ad allora e ci troviamo di fronte ad un'occupazione di lunga durata per molti.

Mentre prima si cercava lavoro nei call center solo tra un'occupazione e l'altra, per "tappare i buchi" e riuscire a pagare le bollette, oggi sono sempre di più i centralinisti che restano per molti anni.

Si è inoltre completamente abbandonata la formula del "più parli, più guadagni" per lasciare il posto a uno stipendio fisso e sicuro, cui spesso si sommano le provvigioni sui contratti chiusi. Perché mai lo fanno se si sta così male? E' più facile che in Italia ci siano 23 mila pazzi a cui piace lavorare per uno stipendio da fame o che quello che si racconta sui call center non valga per tutta la categoria? Secondo me la seconda. Ci sono aziende serie anche nel settore dei call center, solo che nessuno ne parla mai e questo è un lavoro che piace e che una persona può scegliere di fare. Ecco la verità.

E' vero! La maggior parte delle persone che sono arrivate da noi lo hanno fatto mosse dal bisogno: erano mamme in cerca di un part-time, persone disoccupate, giovani che volevano essere indipendenti economicamente.

Ma alla fine hanno scelto di rimanere. Sono rimasti perché hanno trovato un'azienda seria, perché hanno trovato una flessibilità che gli fa comodo; sono rimasti perché guadagnano e perché hanno trovato il lavoro dei loro sogni. Fly Call è un'azienda che dà lavoro a 300 persone, abbiamo due sedi in Campania, una ad Atripalda e l'altra a Salerno. Il nostro nome è Fly CALL "la tua reale opportunità". Paghiamo bene: garantiamo fisso orario + provvigioni. Siamo puntuali nei pagamenti e le nostre sedi hanno strutture di circa 1600 metri quadrati, all'avanguardia dotate di ogni confort e aggiornate con gli ultimi dispositivi informatici. Siamo presenti sul territorio da 10 anni e molti sono con noi da 4-5 anni e anche dal primo giorno, diamo la possibilità di crescita all'interno dell'azienda. Chi parte dalle cuffiette può arrivare a sedersi negli uffici. E quando lo raccontiamo sono in pochi a crederci, sembra troppo bello per essere vero, per essere un call center. Ma chi arriva, chi tocca con mano la nostra realtà, in Fly Call ci resta. Ma se volete capire realmente chi siamo vi consiglio di guardare il nostro logo: rappresenta noi... Fly Call, non è il nome di un'azienda, ma il nome di tutte le persone che hanno lavorato e lavorano con noi, il nome di tutti noi, con le nostre storie, i nostri sogni, le nostre ambizioni. Ma se volete capire realmente chi siamo vi consiglio di guardare il nostro logo: rappresenta noi...

Letter from
LifePARTNER

Vincenzo PAGLIARA



Prof. Dott. VINCENZO PAGLIARA
Medico Chirurgo
SPECIALISTA IN OCULISTICA

OFTALMOLOGIA PEDIATRICA
CHIRURGIA LASER - GLAUCOMA
CAMPO VISIVO
COMPUTERIZZATO
TOPOGRAFIA CORNEALE - OCT
CONTATTOLOGIA MEDICA PER
ASTIGMATISMO
E CHERATOCONO
ESTETICA DELLO SGUARDO
CON RADIOFREQUENZE
E OSSIGENOTERAPIA
DOCENTE DI OCULISTICA
C/O UNIVERSITÀ
UNIVERSO HUMANITAS
MAGISTER C/O UNIVERSITÀ
NUOVA SCUOLA
MEDICA SALERNITANA

Dott. VINCENZO PAGLIARA
Salerno-Corso V. Emanuele 58
(adiacente stazione)
Baronissi (Sa)-Via Cappella 7
(angolo via Pagliara)
Tel. 089220310 - 3398081041
vipagliara@gmail.com
www.oculistapagliara.com



DOTT. PROF. VINCENZO PAGLIARA
MEDICO CHIRURGO
SPECIALISTA IN OCULISTICA



OCULISTA

**Anno Nuovo,
Vista Nuova!
Vediamo cosa fare
per preservare
il benessere visivo!**
**Il calendario
delle visite
oculistiche**



Si tratta di un utile mezzo di prevenzione delle più diffuse patologie oculari nelle varie fasi della nostra vita. Partiremo dall'età pediatrica, passando per la maturità fino all'età più avanzata. Da 0 ad 1 anno: in genere una prima visita viene effettuata a tutti i neonati, specialmente nei prematuri a basso peso che sono stati in incubatrice e sottoposti ad ossigenoterapia e nei soggetti a rischio genetico. Ciò consente di escludere o di diagnosticare precocemente patologie quali retinopatia, cataratta congenita, opacità corneali. Ricordiamo che il primo anno di vita è fondamentale per lo sviluppo della vista, per cui può essere necessario un intervento chirurgico precoce. Anche la dacriocistite dei neonati, una patologia non grave ma piuttosto frequente, caratterizzata da lacrimazione e secrezione muco-purulenta, va diagnosticata entro il primo anno, per evitare un intervento chirurgico.

Da 1 a 3 anni: Bisogna fare attenzione ad alcuni segni che potrebbero essere già presenti da qualche mese, come strabismo (alterazione della motilità oculare), nistagmo (movimento oscillatorio involontario dei globi oculari), costante inclinazione o rotazione della testa. Anche anomalie del comportamento come difficoltà nel seguire gli oggetti in movimento ed afferrarli, sguardo assente, difficoltà nell'evitare gli ostacoli e cadute frequenti, avvicinamento esagerato per guardare gli oggetti, possono essere indicativi di problemi importanti alla vista.

Da 3 a 5 anni: in assenza di problemi particolari è il periodo ideale per una prima visita oculistica, per evidenziare precocemente i difetti visivi e per prevenire e curare l'ambliopia nota, più comunemente, come l'occhio pigro. Si tratta della riduzione della funzione visiva di uno dei due occhi in assenza di patologie, dovuta a vizi di rifrazione di solito elevati, più frequentemente astigmatismo ed ipermetropia, spesso associata a strabismo. Il bambino non se ne rende conto, perché nell'insieme la visione sembra soddisfacente, ma la terapia con bendaggio dell'occhio migliore ed occhiali deve essere precoce, perché dopo i 10 anni i margini di miglioramento sono praticamente nulli.

Da 6 a 10 anni: è il periodo in cui l'impegno scolastico rende necessaria la correzione con occhiali di difetti della vista comuni nei bambini come l'ipermetropia e l'astigmatismo. Di solito si manifestano con mal di testa, bruciore agli occhi, difficoltà nella lettura, per cui il bambino appare erroneamente svogliato.

Da 11 a 14 anni: è il momento dello sviluppo e quindi è possibile la comparsa della miopia. La difficoltà nel vedere da lontano ne è il segno caratteristico.

Da 15 a 20-25 anni: si ripeteranno controlli periodici ogni sei mesi circa, in

quanto durante l'età evolutiva e nel corso degli studi è più facile che vi siano variazioni. Inoltre in questo periodo può comparire il cheratocono, una deformazione della cornea che comporta un astigmatismo irregolare che di solito necessita della correzione con lenti a contatto semirigide. Da 25 a 40 anni: è un periodo relativamente tranquillo, in cui le variazioni sono meno frequenti, per cui è sufficiente una visita ogni 2-3 anni, più spesso se si lavora al computer o si guida molto. E' il momento ideale per sottoporsi ad intervento di chirurgia refrattiva con laser. Oggi esistono varie tecniche, la PRK per miopie medio-lievi, la LASIK per miopie più elevate e il laser a femtosecondi per la correzione dell'astigmatismo, che ci consentono di ottenere risultati brillanti se si effettua un'accurata selezione dei pazienti con una serie di esami preliminari.

Da 40 a 50 anni: si manifesta la presbiopia, cioè la difficoltà nel vedere da vicino, per una fisiologica perdita di elasticità del cristallino. Non bisogna accontentarsi del primo occhiale che capita, bensì sottoporsi a visita medica oculistica, per la prevenzione di una patologia diffusa ed insidiosa come il glaucoma, cioè un danno progressivo del nervo ottico dovuto all'aumento della pressione intraoculare. Inoltre possono esordire il diabete e l'ipertensione, patologie sociali dove è accertata una predisposizione familiare come nel glaucoma. In questi casi è importante l'esame del fondo oculare.

Da 50 a 60 anni: si può diagnosticare la cataratta, che determina una visione appannata, per il progressivo opacizzarsi del cristallino. Oggi la chirurgia ci consente di ottenere ottimi risultati. Inoltre spesso anche chi ha sempre avuto una vista perfetta lamenta difficoltà anche nella visione da lontano, per la comparsa di ipermetropia o di astigmatismo contro regola, di solito correggibili perfettamente con occhiali.

Da 60 a 70 anni: si può avere una visione distorta degli oggetti e dei caratteri di lettura, per la comparsa della degenerazione maculare senile, che nei casi più gravi determina la visione costante di una macchia scura quando si fissa centralmente. Importante è la diagnosi precoce per un migliore inquadramento terapeutico. Dai 70 anni in poi: bisogna seguire l'evoluzione di qualcuna delle patologie suddette, come il glaucoma, la retinopatia diabetica o ipertensiva, la maculopatia senile o la cataratta. L'ideale sarebbe un controllo almeno una volta all'anno o anche più spesso, in base alle patologie presenti ed ai consigli del medico oculista.

Buon Anno e... Buona Vista!

Card Benessere Visivo

 Oculistapagliara

FAMIGLIA _____

DATA _____ | 20 | _____

Riceve per appuntamento

 +39 089 220310

 +39 339 808 1041

 vipagliara@gmail.com

SALERNO | Corso Vittorio Emanuele, 58



DOTT. PROF. VINCENZO PAGLIARA

**MEDICO CHIRURGO
SPECIALISTA IN OCULISTICA**

Oftalmologia Pediatrica
Chirurgia Laser - Glaucoma

Docente di Oculistica Università Universo Humanitas
Magister Università Nuova Scuola Medica Salernitana



www.oculistapagliara.com

SERVIZI & CONSULENZE IN FINANZA PRIVATA E DI IMPRESA

il nostro VALORE aggiunto

ANALISI
della situazione
finanziaria
familiare e
dell'azienda

**CESSIONE
QUINTO/DELEGA**
la miglior soluzione
per dipendenti e
pensionati

BFC LAB
BUSINESS FINANCE CONSULTING

**PRESTITI
PERSONALI**
le condizioni più
favorevoli per tutte
le tipologie
di lavoratori

MUTUI
acquisto
ristrutturazione
sostituzione mutuo
consolidamento
liquidità

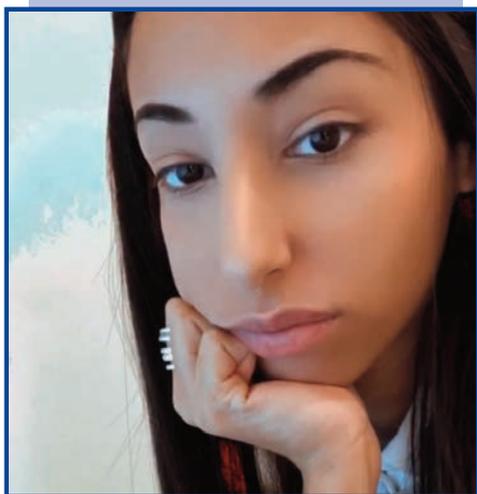
BFC LAB

affianca gli imprenditori, le piccole aziende e i privati
a realizzare i loro obiettivi con strumenti innovativi per risolvere ogni esigenza

corso Garibaldi 194 • 84122 Salerno • +39 089 2864739 • bfclab@tiscali.it
via Fuorimura 20 • 80067 Sorrento • Centro Direzionale Napoli • Isola E7

Letter from
LifeSOCIO

Siani & Criscuolo



Nella foto sopra la dott.ssa Ilaria Guzzi autrice dell'articolo e responsabile comunicativa dello studio Criscuolo Siani e Partners,

CRISCUOLO SIANI e PARTNERS

Consulenza metodologica evoluta nella Finanza d'Azienda. Creazione di opportunità di business e sviluppo di iniziative legate ai territori in analisi."



Studio Criscuolo Siani & Partners
Financial Firm

WOLFANGO SIANI
Corso Garibaldi, 206
Salerno 84122
tel. 089. 9761095
cell. 346.5315589
studiobfc.3@gmail.com



FINANCIAL FIRM

“Per diventare ciò che sono diventato, mi sono circondato di persone più capaci di me!”

Unica regola che fa fare la differenza al tuo business.



Forse avrete notato come negli ultimi tempi sulla rete vi sia un proliferare di “truffa guru” di ogni tipo: dall'estetica dei selfie, siamo passati a quella degli Steve Jobs di turno, personaggi che sembrano usciti tutti dallo stesso film sulla storia di un relatore senza pubblico, con il suo sfondo bianco, le mani protese in avanti a volerci indicare la giusta via.

Come la maggior parte delle volte accade, però, questo fenomeno ha una spiegazione. Quante volte avete visto un negozio nel quale voi non comprendereste mai nulla e vi siete chiesti come faccia a restare aperto? La risposta è molto semplice: se un negozio resta aperto è perché gli conviene, ovvero c'è chi ci compra qualcosa eccome. Ecco, il proliferare di questi truffa-guru si basa sullo stesso principio: qualcuno che compra c'è, perché il potenziale acquirente viene pervaso da pensieri quali “se anche non fosse valido, ci avrei rimesso pochissimo”, “se fosse valido, avrei fatto un affarone”, “meglio che lo scopra io a così basso prezzo che un mio concorrente”, “conviene prenderlo ora in previsione del fatto che poi costi il doppio” e così via. Il vero problema, adesso, non è però quello di aver perso tempo seguendo il marketing tunnel di un truffa-guru, non è neanche quello di aver speso dei soldi, tanti o pochi che siano e non è un problema nemmeno ciò che nel caso avrai acquistato, che magari conterrà comunque qualche informazione utile.

Il vero dramma che ucciderà il tuo business, è che hai cercato una scorciatoia! Le persone che cercano di svoltare la loro vita giocando al Superenalotto, non sanno che le probabilità di vincita a questo gioco è una su 622 milioni! Il meccanismo che spinge però queste persone a giocare è sempre lo stesso: affido alla fortuna la mia speranza di una vita migliore, perché quanto spendo è nulla rispetto a quanto potrei guadagnare. Ora, quando tu acquisti il prodotto di un truffa-guru, sei entrato nello stesso stato mentale, quello di desiderare una scorciatoia per il tuo successo, nella quasi totalità dei casi. Il gravissimo danno che ti arrecherà spendere questi soldi, è la frustrazione che proverai nello scoprire che quello che ti hanno “regalato” a costo contenuto, non ti darà il successo nel tuo futuro comprendendo quindi – e finalmente – che il successo non è mai regalato, ma devi invece impegnarti tantissimo. Negli aforismi che affollano il web, è nascosta una grande verità: “Per diventare ciò che sono diventato, mi sono circondato di persone più capaci di me”. Questa frase va presa letteralmente per ciò che dice, quindi se stai creando una impresa, devi davvero individuare quelle persone competenti nei settori in cui tu sei carente e, ovviamente, dare loro carta ragionevolmente bianca. Questa affermazione, però, nasconde un significato più profondo, perché deve essere letta anche come segue: “Non puoi fare tutto da solo!”. Cercando le persone che potranno aiutarti ad avere successo, quelli che hanno studiato e continuano a studiare e che se avrai al tuo fianco come partner ti faranno crescere umanamente, professionalmente e sicuramente anche dal lato economico. Il consulente in presenza vive l'impresa.

POPOLO

sportivo




**“In questa città
c’è un *POPOLO*
SPORTIVO!”**

PER IL NOSTRO LICENZIATARIO TIPO:

- Realizzazione della rivista in toto
- Impaginazione grafica compresa
- Uso del marchio
- Esclusiva città/squadra di calcio
- Costi stampa inglobati
- Spedizione in sede
- Adesione Circuito nazionale
- Prelazione board nazionale
- Nessun limite di fatturato
- Nessun titolo editoriale basta la p.iva



POPOLO SPORTIVO ITALIA
licensing editoriale in free press!

SALERNO - MONZA - NAPOLI - LAZIO - BENEVENTO - ROMA - FROSINONE
www.popolosportivo.it - popolosportivo@email.it

Letter from
LifePARTNER

Gianfranco Vuolo



Dott. in Odontoiatria e Protesi Dentaria, Specialista in Chirurgia Odontostomatologica, Dott. di ricerca in Chirurgia Oro-Maxillo-Facciale, Master di Secondo Livello in Odontologia Forense. Perfezionato in Implantologia I e II livello, in Terapia parodontale e in Chirurgia orale ambulatoriale. Master in chirurgia Oro-mascellare. Lo studio dentistico del Dr. Gianfranco Vuolo si occupa principalmente della diagnosi e della cura delle anomalie e malattie del cavo orale, delle mascelle e dei suoi relativi tessuti. L'esperienza odontoiatrica maturata negli anni, ci ha permesso di sviluppare competenze specifiche in diversi ambiti dell'odontoiatria. Dal 1997 svolge la sua attività come libero professionista presso il suo Studio Privato a Salerno, dove si occupa di Odontoiatria Generale e in particolare di Chirurgia orale, compresa l'implantologia.

DOTT. GIANFRANCO VUOLO
Studio Via Michelangelo
Testa 8 Salerno
Tel. 089 22 14 68
www.denthelpp.it



DENTISTA



L'obiettivo è quello di ridurre al minimo il dolore e il disagio!

Dover subire un qualsiasi intervento chirurgico genera un po' di stress. Ma oggi grazie a particolari approcci minimamente invasivi, all'apporto della tecnologia digitale è possibile ridurlo comprimendo rischi e tempi di esecuzione.

La pratica della Chirurgia orale nello studio dentistico, è da considerarsi un servizio di livello avanzato: necessita di operatori formati, esperti e che investano di continuo nella propria formazione professionale e nell'aggiornamento tecnologico e strumentale degli ambienti di lavoro con sala adibita e attrezzata ad hoc, in cui regnino scrupolosità, igiene, sterilizzazione e attenzione al dettaglio.

Il dott. Vuolo adotta a tal fine, tecniche chirurgiche minimamente invasive sia manuali che con strumenti ad ultrasuoni, implantologia computer guidata al fine di ridurre il rischio di lesioni a strutture anatomiche "nobili" (es. nervi) e poter programmare l'inserimento degli impianti in maniera protesicamente guidata quindi più corretta e soprattutto sicura.

Ciò è possibile effettuarlo anche in sedazione cosciente o con assistenza anestetologica per pazienti odontofobici e/o poco collaboranti o affetti da particolari patologie sistemiche (Es.: allergie, cardiopatie gravi) in modo da operare in maggiore sicurezza e con minore impatto emotivo. Nel post operatorio, inoltre, ove necessario, ci si serve anche di professionisti, fisioterapisti, formati e attrezzati al fine di rendere più lieve il decorso postoperatorio, grazie all'uso della E.N.F. (Electro Neuro Feedback, letteralmente: retroazione elettro-neurologica). Relativamente alla riabilitazione protesica fissa sia su denti naturali (es.: intarsi, corone o faccette) o impianti, invece, essa viene attuata seguendo un flusso digitale con **IMPRONTA RILEVATA TRAMITE UNO SCANNER INTRAORALE 3D e REALIZZAZIONE DEI MANUFATTI PROTESICI CON METODOOGIA CAD CAM**. In pratica, la zona da trattare viene acquisita per mezzo di una telecamera 3D con la riproduzione di un modello tridimensionale visualizzato ad ingrandimento fino a circa 40 volte. Il restauro dentale viene progettato e visualizzato sullo schermo del computer ed i dati digitali inviati ad un fresatore con quattro bracci. Il prodotto creato (il ponte, la corona o la faccetta), viene ottenuto tramite fresaggio a secco o molaggio a freddo, con un apposito apparecchio partendo da un blocchetto di materiale ceramico, selezionato per il caso, che poi viene sinterizzato o cristallizzato in un apposito forno per ceramica molto veloce. Il tutto in studio (chair side).

A lavoro finito la protesi viene inserita in bocca e cementata.

Il vantaggio per il paziente è che anche in un solo appuntamento (tranne per riabilitazioni con molti denti e di particolare complessità) è possibile avere un dente o un ponte funzionalmente ed esteticamente quasi sovrapponibile al dente naturale grazie alla traslucenza dei materiali ceramici (zirconia, disilicati o silicati di litio, ceramiche feldspatiche) che costituiscono integralmente il dente senza sottostrutture metalliche senza bordi visibili e con elevata predicibilità nel tempo.

Un processo terapeutico del genere può essere anche integrato, per completare, con l'**ORTODONZIA FISSA INVISIBILE SENZA ATTACCHI** per ottimizzare anche il risultato e appagare con piena soddisfazione le aspettative di paziente e dell'intera equipe che lo ha seguito.

Letter from
LifeCAR



Maserati svela la sua nuova supercar!



Time to be audacious” ed è senza dubbio la Maserati che tutti aspettavamo. Il suo nome si spiega così: MC per Maserati Corse e 20 per il 2020, anno della sua prima mondiale e inizio della nuova era del marchio.

È un’auto dall’incredibile efficienza aerodinamica, con anima sportiva. Il nuovo motore Nettuno, un V6 in grado di sprigionare 630 cavalli e 730 Nm di coppia, eroga un’accelerazione 0-100 in meno di 2,9 secondi e una velocità massima 325 km/h. Un motore che segna il ritorno di Maserati a produrre motori propri dopo una pausa di oltre 20 anni, dal momento che la storica collaborazione tra i due marchi è ormai terminata.

L’MC20 è un’auto estremamente leggera, sotto i 1.500 kg, e grazie alla sua potenza è la migliore

della categoria per rapporto peso/potenza. Un primato ottenuto grazie all’utilizzo di materiali di prima scelta, sfruttando tutte le potenzialità della fibra di carbonio, senza rinunciare al comfort.

Nettuno è il V6 biturbo dell’MC20, un vero e proprio gioiello tecnologico, che mette a disposizione la tecnologia MTC (Maserati Twin Combustion), l’innovativo sistema di combustione sviluppato Casa, sulle strade del mondo. La nuova auto del Tridente incarna l’eccellenza italiana. L’MC20 è stata progettata a Modena e verrà costruita nello stabilimento di Viale Ciro Menotti. La nuova linea di produzione è pronta per entrare in azione. Il progetto MC20 è stato realizzato in circa 24 mesi, con il coinvolgimento di un team di ingegneri del Maserati Innovation Lab



Stai andando nel verso giusto?

Nelle aziende si parla sempre di più di eccellenza e di miglioramento continuo. Per aumentare la responsabilità dei collaboratori nei confronti della crescita, spesso si abbracciano percorsi finalizzati all'ottimizzazione dei processi e alla riduzione degli sprechi eppure a volte i risultati dei percorsi intrapresi non sono in linea con le aspettative.

Come si risolve tutto ciò? Facciamo un passo indietro negli anni. 1954 Maslow pubblica "Motivazioni e personalità" un testo in cui espone una teoria basata sulla gerarchia delle motivazioni che tutti noi conosciamo come la "piramide dei bisogni di Maslow".

In sintesi la sua pubblicazione sostiene questo: gli esseri umani sono speciali nella loro individualità ma il modo in cui percepiscono i bisogni è comune.

Se non si trova il modo di soddisfare i bisogni alla base, non si può evolvere e puntare all'autorealizzazione.

Prima di proseguire è d'obbligo però una precisazione sul significato del termine "bisogno".

Possiamo definire il bisogno come "sensazione sgradevole" legata alla mancanza di qualcosa di necessario alla "sopravvivenza" o alla "propria realizzazione".

piramide dei bisogni di Maslow

Piramide dei bisogni di Maslow



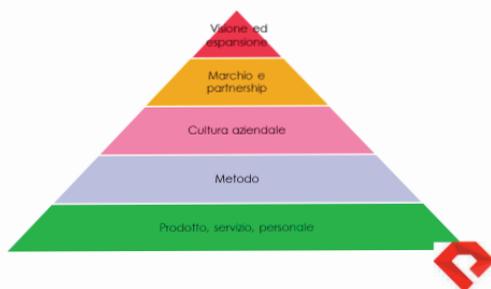
Come tutte le teorie, anche quella di Maslow è stata oggetto di critiche e di discussioni, ma lo studio dello psicologo statunitense ha comunque lasciato un segno indelebile nel mondo economico.

Basti pensare che, nel secondo dopoguerra, mentre negli Stati Uniti, Ford accorciava i cicli produttivi per permettere a operai scarsamente qualificati di espletare il proprio compito, in Giappone, paese uscito devastato dal secondo conflitto mondiale, la Toyota investiva nella responsabilizzazione del personale, abbracciando la teoria di Maslow. Puntando sul senso di appartenenza, sulla responsabilità di ruolo e la crescita per obiettivi, la casa automobilistica nipponica diede forma a quello che in tutto il mondo è conosciuto come il "lean thinking".

Proviamo quindi a rivisitare la piramide di Maslow dal punto di vista aziendale prima, e poi dal punto di vista dei collaboratori.

piramide dei bisogni di un'azienda

Piramide dei bisogni di un'azienda



Quando un'azienda nasce vive la necessità di generare un prodotto da offrire al proprio cliente unitamente al bisogno di avere personale qualificato per erogare il proprio servizio. Successivamente (sicurezza) deve imparare a garantire la continuità del proprio modello di business andando a creare il proprio metodo. Fatto questo deve lavorare per fidelizzare collaboratori, clienti e fornitori attraverso la cultura aziendale. Il bisogno di stima nel mercato è dettato dall'esigenza di posizionarsi e quindi far riconoscere il marchio e questo porta alla realizzazione della visione, cioè realizzarsi per la propria unicità.

piramide dei bisogni di un collaboratore

Piramide dei bisogni di un collaboratore



Quando una persona entra in azienda, pensa non solo allo stipendio, ma anche a diventare competente il prima possibile, non solo per garantirsi la continuità retributiva, ma anche per sentirsi utile e importante nel gruppo. Successivamente nasce il bisogno di appartenere ad un'organizzazione sposandone i valori e le regole per sentirsi parte una squadra, e per creare gioco di squadra attraverso l'utilità del proprio ruolo. La mentalità vincente arriva quando ci si responsabilizza su obiettivi sfidanti e sempre misurabili, perché tutti abbiamo bisogno di diventare protagonisti di un pezzo di storia aziendale per continuare a crescere.

Dopo aver analizzato la nostra piramide dei bisogni dal punto di vista della persona, dell'azienda e del collaboratore, la domanda che dovremo porci è la seguente: "perché alcune aziende riescono ad evolvere con successo e altre no?"

Quali sono i fattori che distinguono un'azienda vincente da una mediocre?

Le aziende che continuano a crescere, che vivono la responsabilità di migliorare il metodo hanno al loro interno team di persone produttive e motivate. Queste organizzazioni sono vincenti perché non hanno mai improntato il loro modello di business sulla soddisfazione di un bisogno, ma al contrario, sulla realizzazione di un sogno e di uno stato di benessere.

È una questione di atteggiamento.

Le aziende vincenti non puntano mai sui gradini più bassi della piramide, ma investono sui gradini più alti per ottenere a cascata tutto il resto.

Le aziende vincenti "cambiano il verso", progettano la loro crescita pensando in maniera strategica fin dal primo giorno.

TO DO

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____



Come non far scappare il cliente: persuasione!

Siamo convinti di aver condotto una trattativa da manuale, il cliente ha capito proprio tutto, gli abbiamo spiegato per filo e per segno vantaggi e svantaggi del nostro servizio, eppure proprio sul più bello sentiamo pronunciare la frase di circostanza, quella che mai vorremmo sentire pronunciare perché di solito sta a significare che il nostro cliente ci sta cacciando via: "ci devo pensare".

Non lo vedremo mai più.

Cosa dobbiamo fare per non vivere più questa spiacevole situazione?

Partiamo da un presupposto: il nostro potenziale cliente quando si rivolge a noi sa di avere un bisogno, una necessità, ma non ha ancora focalizzato la soluzione più utile al suo modo di essere.

L'errore più comune che possiamo commettere è quello di togliere il cliente dal suo ruolo di attore protagonista e sostituirci a lui.

La trattativa di vendita è il suo momento, è il momento durante il quale il cliente paga per essere se stesso, per permettersi il lusso di avere dei dubbi ed essere aiutato a ragionare per chiarirsi per realizzare la soluzione a lui più utile attraverso la nostra consulenza, e/o l'acquisto di un nostro bene-servizio.

Questo significa che la trattativa non è il momento in cui noi venditori dobbiamo spiegare al cliente quanto siamo belli, bravi e infallibili, ma è il momento durante il quale dobbiamo far emergere desideri e perplessità del nostro interlocutore, al fine di poterlo poi aiutare a chiarirsi le idee e quindi scegliere (firmare il contratto).

Tutte le volte in cui noi utilizziamo il tempo a nostra disposizione per parlare solo di tecnicismi, spiegando in maniera maniacale la bontà del nostro prodotto e/o del nostro servizio, stiamo mettendo in atto una strategia infallibile per perde un cliente.

La vendita si compone di due elementi fondamentali: suggestione e persuasione.

La **suggestione** è l'elemento che riguarda l'aspetto emozionale dell'atto decisionale, la persuasione è l'elemento che riguarda l'aspetto razionale. Ora, in quanto esseri umani, qualunque nostro acquisto dal più futile al più importante, richiede da parte nostra una decisione.

La **decisione** avviene sempre di pancia (suggestione) ma deve essere supportata dalla testa (persuasione), altrimenti non sta in piedi (è un fatto di equilibrio). Senza emozione non può esistere interesse nei confronti di un prodotto o di un servizio, senza ragione non può esserci una decisione.

Ecco perché un bravo venditore deve necessariamente essere un consulente capace di condurre una trattativa ordinata capace di suggestionare e persuadere il cliente in base al suo modo di essere.

Che cosa succede al nostro potenziale cliente quando siamo troppo tecnici?

Scappa, perché perde il "gusto" dell'acquisto dal punto di vista emozionale.

Che cosa succede al nostro potenziale cliente quando siamo troppo emozionali?

Scappa, perché non percepisce che attraverso di noi può concretizzare il suo sogno.

Quindi?

Diventa necessario crescere la nostra competenza nella trattativa per dosare gli elementi di suggestione e di persuasione più utili al nostro interlocutore ai fini della sua scelta.



I 9 dogmi per la tua un'azienda

Un'azienda nasce con uno scopo ben preciso: generare valore nel proprio mercato di riferimento ed essere "apprezzata" per questo. Generare e ricevere valore con costanza senza far vivere all'azienda picchi di stress non è facile. Ogni imprenditore sa che deve spingere al massimo su 3 parametri di vitale importanza per **l'azienda - innovazione - qualità e fidelizzazione del cliente.**

Il confronto quotidiano con il mercato volto al conseguimento dell'eccellenza, se non è impostato e vissuto in modo strategico e proattivo, rischia di indurre il leader a compiere un errore purtroppo molto frequente: imitare le mosse dei concorrenti o seguire trend di mercati non in linea per la natura della propria organizzazione. Questo approccio può rivelarsi molto rischioso, perché non è improntato a valorizzare i fattori di unicità della propria azienda.

Quindi, come deve comportarsi un'organizzazione per competere nel mercato in modo eccellente?

L'azienda, in quanto organismo vivente, necessita di trovare la propria unicità per vivere e prosperare nel mercato. Creare azienda significa soprattutto generare un sistema logico di business, capace di intuire i fattori critici, di misurare i delta di crescita e distribuire in maniera efficace gli investimenti di tempo e di denaro. Secondo l'approccio "canvas" (letteralmente tela) un modello di business descrive la logica in base alla quale un'organizzazione crea, distribuisce e cattura valore. Questa definizione evidenzia come sia poco costruttivo focalizzarsi solo su un segmento dell'azienda (magari quello in cui avvertiamo una criticità) senza prendere in considerazione uno sviluppo organico e ordinato anche di quelli adiacenti.

Ci sono 9 elementi che vanno monitorati, sviluppati e consolidati per rendere la propria azienda un'organizzazione capace di generare e ricevere il giusto valore:

Segmenti di clientela - Valore offerto - Canali di distribuzione - Relazioni con i clienti - Flussi di ricavi - Risorse chiave - Attività chiave - Partnership chiave - Struttura dei costi.



Tre semplici regole per gestire il tuo tempo

La gestione del proprio tempo è di sicuro una delle difficoltà più grandi che ogni imprenditore vive.

Dirigere un'azienda richiede molto tempo da dedicare alla strategia, alla condivisione, alla formazione (propria e del personale) e all'operatività.

Esiste un modo per non farsi sopraffare dalle mille attività quotidiane e rimanere focalizzati su ciò che realmente fa crescere il proprio business e la propria azienda?

Tutti i formatori conoscono Covey e le sue sette regole per la gestione del tempo e il raggiungimento del successo.

La sfida che viviamo come consulenti è rendere fruibili alcuni concetti nella vita quotidiana di chi fa impresa.

Nelle righe che seguiranno, poniamo l'attenzione su 3 aspetti che per me sono fondamentali per un'efficace gestione del business; concentrandosi su questi 3 capisaldi, diventa più semplice raggiungere i propri risultati.

"Pensare partendo dalla fine"

Tutte le persone di successo sviluppano e affinano questa abilità che consiste nel focalizzare in maniera chiara e precisa l'obiettivo finale e rimanere concentrati su questo mentre organizzano le proprie attività e quelle della propria squadra.

Mentre leggi questo articolo, prendi carta e penna e prova a scrivere qual è il tuo obiettivo finale (visione): ti servirà per capire se è chiaro o meno. Se non è chiaro a te, figuriamoci se è chiaro alla tua squadra.

Agire per priorità e non per emergenza.

Le emergenze sono sotto gli occhi di tutti in azienda, e per questo viene naturale mettersi in gioco per risolverle. La gravità dell'emergenza sta nel reiterarsi della stessa.

Quando in un'azienda ogni mese le persone non raggiungono i propri obiettivi e adducono come causa le solite urgenze, occorre intervenire tempestivamente. Un'azienda che vive in emergenza è destinata a scomparire.

Probabilmente quell'organizzazione non ha chiaro l'obiettivo finale e di conseguenza sta operando secondo un'ottica di urgenza e non di priorità.

L'urgenza in quanto tale, deve essere individuata e neutralizzata, cioè va creato un piano d'azione per gestirla.

Dopo che si è gestita la situazione stressogena per l'organizzazione, ci si può dedicare alle vere priorità, quelle che fanno crescere le persone nei propri ruoli e le aziende nel loro business.

Investire il giusto tempo per affilare la propria lama.

Nel descrivere questa regola ci rifacciamo ad un racconto. Due boscaioli si sfidano in una gara dove il vincitore sarà colui che taglierà più legna nel tempo stabilito. Il primo boscaiolo si getta nell'operatività e inizia a tagliare legna senza programmare il proprio lavoro; il secondo, invece, investe molto del tempo a sua disposizione per affilare la propria lama e pianificare il lavoro. Chiaramente la gara viene vinta dal secondo personaggio, poiché ha saputo investire nelle proprie risorse e ottimizzarle.

Il consiglio pratico da trarre dalla condivisione di questa storiella è molto semplice: occorre ricavare del tempo per auto-formarsi e pianificare. Non si vincono le sfide di mercato solo di forza, ma soprattutto di strategia.

Einstein diceva che non si risolve un problema ragionando sullo stesso piano mentale che ci fa vivere il problema, ma elevandosi. Poiché il tempo è la risorsa più preziosa di cui disponiamo, al fine di ottimizzarla al massimo per raggiungere successo lavorativo e qualità di vita, concluderei dando queste 3 indicazioni:

decidi dove vuoi arrivare;

ordina le attività quotidiane per priorità e non per emergenza;

investi il giusto tempo per potenziare le tue risorse (materiali e cognitive).



L'ambizione: la bussola del leader

La difficoltà più grande che si riscontra nel mondo del lavoro imprenditoriale non è quella di vendere il servizio, non è quella di creare il percorso formativo più adatto al cliente, ma è quella di relazionarci con imprenditori che hanno perso il sogno, la prospettiva, la visione. Tutte le iniziative (compresa questa editoriale di Leader) nascono per fare realizzare la strategia ossia la visione (sogno) dell'imprenditore. La visione porta le aziende e le persone a ragionare ed agire per priorità, non per emergenza. La condivisione del sogno comune genera senso di appartenenza, entusiasmo e responsabilità, non egocentrismo ed indifferenza. Quando il leader perde la visione, perde la propria bussola e quindi genera mancanza di prospettiva, confusione negli obiettivi e nelle azioni, irresponsabilità, egocentrismo, improduttività e demotivazione. Un'azienda senza visione è paragonabile ad un organismo senza cuore: quando il cuore smette di battere, il corpo cessa di vivere. Perché si perde la visione? Perché siamo essere umani, perché durante il viaggio chiamato "impresa", alle volte incontriamo tanti imprevisti che ci fanno smarrire la strada, o, peggio ancora, ci fanno dubitare del percorso intrapreso.

Quindi: che fare quando perdiamo la strada? Semplice! Dobbiamo ricordarci di un dono che ciascuno di noi ha ricevuto, ma essendo il dono più prezioso, è quello più nascosto. **Questo dono è il valore dell'ambizione.** Sì, avete capito bene, tutti la possediamo, solo che alcuni di noi hanno coltivato più di altri questo valore. L'ambizione è la qualità che appartiene più di tutti al genere umano, in quanto spinge le persone ad agire nel presente per diventare migliori nel futuro sviluppando utilità per sé stessi e gli altri. Senza ambizione tutto è opinabile, tutto è faticoso, niente è prioritario. Senza ambizione non esiste cambiamento, non esiste proattività nel mercato ma reattività. Quando un'azienda perde la capacità di pro-agire nel mercato, assume atteggiamenti conformisti che la portano a perdere la propria unicità. L'ambizione diventa quindi un dovere del leader: se la strada non è chiara a lui, non può certo pretendere che lo sia per la squadra!



Se chiudi bene l'anno, avrai un buon anno!

Dicembre è il mese dei bilanci e proprio in questo mese si verificano i comportamenti più strani da parte dei venditori.

La maggior parte delle persone che opera nella rete vendita è ossessionata dal budget, ma non tutti riescono a raggiungerlo, dato che le aziende clienti o potenziali sono a loro volta affannate a chiudere l'anno, e quindi la loro priorità non è certo l'acquisto di nuovi prodotti, bensì nell'evasione degli ordini in corso.

Ma allora, come si fa a chiudere l'anno in bellezza?

I clienti lo sanno benissimo qual è il segreto per chiudere l'anno in bellezza e raggiungere gli obiettivi di crescita prefissati: il segreto sta nella pianificazione!

Ci viene in mente una frase che ripeteva sempre il nostro primo direttore commerciale: "se chiudi bene l'anno, avrai un buon anno!" Peccato che vivevamo questa frase nel modo sbagliato, facendoci venire l'ansia da risultato proprio a fine anno. Proviamo a fare delle considerazioni che ci aiutano a vivere la nostra professione con serenità e profitto in maniera costante.

Tutte le aziende, (e quindi tutti i venditori) al di là del business e delle dimensioni, vivono le medesime condizioni, ossia:

Si rivolgono ad una clientela;

Vendono un prodotto o servizio (o spesso entrambe le cose);

Si propongono ai clienti nelle loro aziende

o li ricevono nelle proprie;

Devono sviluppare un sistema di vendita organizzato;

Devono fidelizzare nel tempo il cliente.

Tutte queste condizioni, se studiate strategicamente con la direzione, portano al successo (raggiungimento degli obiettivi) in maniera certa. Saper vendere oggi non è più legato a un "saper fare", ma è sempre più improntato su un "saper essere" e "saper pianificare".

Per vendere un prodotto, non basta conoscerne le specifiche tecniche, come molti venditori sostengono.

Se questo fosse vero, quanti anni dovremmo aspettare prima di vedere una provvigione degna di tale nome? Per contro l'azienda rappresentata morirebbe aspettando che il suo agente abbia tutte le informazioni necessarie.

Capiamo quindi che la vendita non è legata solo a questo aspetto tecnico. La conoscenza tecnica del prodotto/servizio che andiamo a proporre è importante e doverosa nei confronti dell'utente finale, ma da sola non ci fa vendere né a fine anno né durante tutti gli altri mesi. In realtà ogni bravo venditore ad inizio anno dovrebbe ragionare in questi termini:

Conosco la missione dell'azienda per la quale lavoro?

Sono in grado di trasferire i valori della mia azienda mentre mi propongo dal cliente? Ho chiaro quali sono gli obiettivi nel mercato a medio – lungo termine? Quale clientela potenziale posso andare a raggiungere? Come sto gestendo i clienti in portfolio? Per loro sono un "raccogli – ordini" o sono un consulente capace di farli migliorare proponendo soluzioni utili al loro progetto di crescita?

Mi approccio al mercato con un sistema logico e organizzato di vendita capace di fornirmi mese per mese l'andamento dei miei dati? (report, calendari, schede cliente, schede trattative, etc..); Ho la capacità di gestire una trattativa finalizzata alla sigla di un accordo eccellente tra le parti senza dover poi rincorrere il cliente con mail e telefonate per definire i dettagli?

Conosco e quindi sono in grado di domare la stagionalità legata al mio settore di operatività?

Saper gestire i punti sopra elencati permette ad un professionista della vendita di sviluppare una produttività costantemente in crescita senza ansie legate dal periodo, anzi, gustandosi gli eventuali contest lanciati dall'azienda. Non si chiude male l'anno perché si è sfortunati, ma semplicemente perché non si pianifica e monitora. Concludiamo quindi affermando: **se hai una strategia chiara e ogni mese aggiusti la tattica, chiudi bene l'anno e sei pronto a vivere le sfide di quello che verrà dopo.**



Proteggi l'azienda dai mercenari!

La selezione è sempre un processo molto delicato per la vita di un'azienda.

Analizziamo questo processo dal punto di vista dell'imprenditore. Caro imprenditore, quando inserisci una nuova risorsa, tu apri le porte della tua azienda ad un perfetto sconosciuto che dovrà trattare i tuoi dati più sensibili.

Ci sono 3 cose che devi sapere per non rischiare di buttare via il tuo tempo e i tuoi soldi:

Assicurati che il candidato cerchi "il lavoro" non "un lavoro". Quando il candidato cerca semplicemente "un lavoro", se sei fortunato dopo qualche mese ti sentirai dire: "me ne vado perché mi hanno offerto 100,00 € in più", se sei sfortunato, pagherai per anni lo stipendio a una persona non produttiva.

Non farti andar bene i difetti. Se una persona fin da subito non ha atteggiamenti coerenti ai valori aziendali o costantemente non è in linea con i propri obiettivi, non procrastinare: stai sprecando tempo, non cambierà!

Investi più tempo nel processo selettivo piuttosto che buttare dentro il "meno peggio", creerai solo scontento all'interno dell'azienda non solo per l'andirivieni generato, ma soprattutto per l'inutile tempo sprecato a formare persone che sono delle meteore.

C'è un'ultima cosa che devi sapere, la più importante: non sempre possiedi le competenze giuste per selezionare e inserire le persone idonee, e se le possiedi, non puoi permetterti il lusso di farlo da solo perché è molto più produttivo che tu faccia andare bene la tua azienda.

Se pensi che un professionista che ti affianca costi troppo, pensa a quanti soldi butti via ogni volta che ti metti a selezionare qualcuno da solo, o peggio ancora, quando inserisci la persona sbagliata.

Proteggi la tua azienda dai mercenari.



Leadership from
LifeMAGAZINE

A professional portrait of Michele Sarno, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark blue suit, a white shirt, and a blue patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a plain, light-colored wall.

Michele Sarno

Il comune di Salerno?
E' una cosa seria!

Leadership from LifeMAGAZINE



“Sono artefice di un’idea alternativa all’attuale governo cittadino, con un solo e unico dogma: fare del bene alla mia bella città! Salerno come porta del mediterraneo di concerto a tutte le province campane fino ad arrivare alla confinante Calabria. Una sinergia atta a restituire alla città di Salerno il blasone e l’importanza andata perduta in questi ultimi decenni. Salerno è una risorsa territoriale per tutti, compreso per il capoluogo regionale di Napoli!”

Dopo tante realtà imprenditoriali e professionali Leader magazine si concentra già da subito sulle future elezioni comunali del 2021 uniche nella storia dato che capiteranno (come quelle regionali 2020) in un clima pandemico e di incertezze.

Iniziamo questo tour di interviste da Salerno dove incontriamo l’Avv. penalista **Michele Sarno**, noto e conosciutissimo avvocato a livello nazionale che ha deciso di investire il proprio tempo, nonostante tutti gli impegni lavorativi, per il bene della propria città stanco di vederla “sonnecchiare” in un limbo di ricordi e di mancate progettualità mai condivise con i cittadini e le loro esigenze!

Allora avvocato (sperando di poterla chiamare sindaco al più presto) perchè questa candidatura a primo cittadino della città di Salerno?

“Proviene esclusivamente dalla gente, dai Salernitani e dal mondo del lavoro e dell’impresa. Mi chiedono un’alternativa, un cambiamento che sicuramente serve a questo governo locale fatto di ordinaria amministrazione che non da lustro a una città che ricerca una qualità evolutiva per tornare a primeggiare non solo in Campania ma in tutta Italia”.

Da molti anni alla casa comunale salernitana si rinnova la stessa dirigenza, sarà difficile da scardinare?

“Personalmente non voglio criticare chi ha gestito fino ad oggi le cose comuni ma ci tengo a precisare che il progetto di candidatura nasce da un’idea di cedere benessere a tutti. Salerno ha bisogno di ritornare grande e l’attuale amministrazione non ha una “autonomia” condivisa, i consiglieri non sono più protagonisti delle proprie scelte, in definitiva non si ascolta più la gente ma si vota e basta”.

Non c’è il “nemico” da combattere quindi?

“Infatti, io non condivido l’impostazione di combattere qualcuno a tutti i costi. Il passato diventa passato già dal giorno nuovo, bisogna preservare quanto di buono realizzato e migliorare il futuro per il bene fondamentale del cittadino e delle classi sociali meno fortunate”.

In esegesi potremmo dire che il programma Sarno è...?

“Solo concetti elementari condivisibili da tutti. Mi ricordo che c’era un vecchio progetto il Sea Park, per esempio, che potrebbe essere rimodulato e finanziato dato che anche noi come la città di Genova (città con le stesse caratteristiche di Salerno quindi a vocazione marina) possiamo attrarre turisti con un nostro parco acquatico.

Poi Salerno si presta molto anche ad accogliere giovanissimi e famiglie che se trovassero (come succede a Verona, a Rimini e in altre città d’Italia votate al turismo) parchi divertimento (ricordate Mirabilianda), queste strutture di divertimento potrebbero rappresentare linfa vitale per l’indotto del commercio e del comparto turistico di Salerno.

Fondamentale, ovviamente, per una città turistica è l’estrema pulizia delle strade e dei siti ma ancor di più della risorsa fondamentale del territorio: il mare. Una città a vocazione marinara non può non avere il mare pulito specialmente se i soldi per realizzare l’idea ci sono già e sono stanziati in regione. Il concetto è che la proposta di depurare le acque marine con funzionali depuratori darebbe slancio al turismo e darebbe un’immagine importante di vasta eco. Inoltre bisogna anche dire che non tutti i cittadini vogliono o hanno la possibilità di passare le proprie ferie o giorni estivi in località diverse dalla propria città. Fitti esorbitanti e alberghi costosi non sono sempre nelle possibilità e disponibilità di tanti, pertanto avere una mare e una spiaggia puliti sotto casa darebbe sicuramente una mano al salernitano a risparmiare e a restare in città investendo nella propria città”

Allora auspichiamo una città che ritorni ad essere leader e che lavori in simbiosi con la cittadinanza?

“Si stop al letargo, recuperiamo tutte le qualità delle risorse cittadine indipendentemente dal colore politico o estrazione sociale. Troppe eccellenze in vari settori sono state messe ai margini per favorire incarichi politici o quant’altro evitando a chi poteva e aveva le capacità di contribuire al benessere della città. Vorrei un’amministrazione aperta e che dia-

Leadership from LifeMAGAZINE



“Tengo a precisare che, anche senza blasonati titoli istituzionali, quando mi è capitato di dimostrare ho sempre dimostrato! Come dimenticare quando stavano sottraendo a Salerno la Corte di Appello (organo giurisdizionale competente a decidere sulle impugnazioni delle sentenze) e io mi issai a difesa del presidio legale tutelando così tanti avvocati cittadini e la stessa utenza riconsegnando a Salerno prestigio e comodità”.

loga. Non mi sono mai piaciuti i tuttologi che tanti danni hanno provocato e provocano, messi, per “piaceri” politici, a gestire amministrazioni pubbliche senza averne le competenze e i titoli.

Necessitiamo noi tutti (e dico noi tutti) di amministratori che si confrontino con le categorie produttive e con quelle sociali, bisogna che ci scambiamo informazioni continuamente per migliorare le cose”.

In effetti crediamo che l’avvocato Sarno abbia proprio le idee chiare, una sensazione che si percepisce da tutte le esternazioni, i concetti e i programmi che ha elencato nella nostra breve intervista: essi nascono da esperienze e conoscenza dei fatti. Ma cosa ancora più importante è che danno la misura di quanto è forte e veemente la voglia di confrontarsi nel pubblico a difesa della propria città (San Matteo docet). Ma noi siamo ancora più curiosi di sapere come il candidato sindaco la pensi su altri concetti che attanagliano l’opinione pubblica in questo momento pandemico.

Avvocato quanto è grave il momento Covid19?

“Credo che rispetto a questa piaga sociale che da più di un anno ci ha relegato in una vita diversa e di limitazioni bisogna dare la massima attenzione e rispetto ma che non bisogna assolutamente strumentalizzare per fini politici. In questa crisi ci sono i sacrifici di milioni di cittadini che in questo momento soffrono in silenzio e sono accorti a risparmiare...anche l’aria (dato che questo maledetto virus ci vuole togliere principalmente quella).

La continua colorazione del paese, delle regioni, dei comuni ovviamente non aiuta i commercianti (in primis i ristoratori). Scelte più o meno scellerate alle quali i posteri daranno sentenza e che hanno portato e porteranno al fallimento le aziende degli imprenditori abbandonati a se stessi. I governi, a cascata, fino ad arrivare alla casa comunale, bisogna che capiscano l’importanza di non far chiudere un negozio, un artigiano, un’impresa o una attività in genere. L’imprenditore per natura dopo la sofferenza sicuramente si alzerà e ricomincerà, ma l’indotto e i dipendenti la forza di reinventarsi sicuramente non l’avranno scaturendo un’onda anomala di proporzioni epiche alla quale non basterà dire al telegiornale delle 20:00 “vi daremo ristori o bonus” (che molti ancora attendono) ma sicuramente bisognerà fare molto di più con molta concretezza.

Per questo motivo esorterei i vari comitati tecnici e i governanti ad azzerare tasse, scadenze, spese fisse, attenuare fitti e mutui...La pandemia è una guerra e se siamo in guerra le soluzioni per il popolo sono queste”! Niente di più vero a nostro avviso, nel corso degli ultimi 50 anni ne abbiamo viste tante compreso terremoti e dissesti economici, per non parlare di allarmi sociali con i gruppi anarchici degli anni di piombo e le tristemente famose Brigate Rosse. A seguire attacchi estremistici, stragi in nome di un dio minore e tanta sofferenza con guerre per fini economici e di sconfinato potere.

Questo è il mondo che ci siamo disegnati, purtroppo, ma è anche un mondo bello da vivere se non per altro perchè è l’unico che abbiamo!

Siamo convinti tutti noi in redazione, che da anni svolgiamo il difficile compito dei giornalisti “senza un padrone”, che dare visibilità alle risorse umane in grado di esercitare un cambiamento in positivo alla nostra socialità è una missione di pregio e per questo motivo ci pregiamo di aver intervistato l’Avvocato penalista Michele Sarno persona seria e di inconfutabili principi, candidato alla carica di primo cittadino al conosciuto e apprezzato comune di Salerno.

Grazie avvocato!

“Grazie a voi e sicuramente ci rivedremo nel corso di questi mesi difficili ma pieni di adrenalina per quanti vogliono fare qualcosa in più e sentirsi parte integrante dell’Italia che fa e che produce a dispetto di chi vuole solo approfittare delle emergenze e dei problemi altrui... Grazie”.

*Intervista a cura del direttore
Giuseppe Noschese*

Etosa Group
Life
Leader

“Come già fatto in passato, in caso di elezione a Sindaco della mia Città rinuncerò alla diaria di amministratore e la devolverò in beneficenza, perchè credo sia giusto aiutare al massimo delle proprie reali possibilità i meno fortunati di Salerno”.



Come i social media stanno cambiando il marketing politico

La strategia sui social media di Matteo Salvini è così potente da essere stata soprannominata "The Beast". Vediamo insieme cosa c'è dietro?

Nel mondo del marketing politico, bastava ai partiti politici inventare lo slogan, fare lo spot televisivo e lanciare a casa il messaggio. Ma ora con l'avvento delle piattaforme dei social media, ci si aspetta che gli elettori abbiano "conversazioni" e, nelle parole di un esperto di marketing, "diventino reali". Mentre molti politici sono a conoscenza e si sono iscritti a queste piattaforme sociali diventandone molto esperti, altri affermano di non avere idea di come usarle in modo efficace. Poi arriva lui con i suoi 4 milioni di Mi piace su Facebook, 1,2 milioni di follower su Twitter e persino un nuovissimo profilo TikTok. Non parlo dell'ultimo influencer di fama mondiale: il protagonista qui è Matteo Salvini.

In pochi anni il leader della Lega è diventato una presenza popolare sui più importanti canali di social media, trasformando le potenzialità offerte da una strategia di comunicazione ben gestita in una forma decisiva di buzz marketing che gli ha permesso di diventare esattamente ciò che i suoi elettori vogliono che faccia.

A luglio 2019 Salvini aveva una media di 31 tweet al giorno. Per fornire un contesto, il rapporto afferma che nello stesso arco di tempo Nicola Zingaretti, leader del Partito Democratico di sinistra, twittava circa 5 volte al giorno. Il palpitante palinsesto del programma di comunicazione di Salvini è impazzito durante le settimane prima delle scorse elezioni europee dello scorso anno, quando il numero dei posti è salito a più di 100 al giorno. Il risultato? Il suo partito ha ottenuto il 34% dei voti a livello nazionale, diventando così la forza politica numero uno nel paese.

La social media strategy sviluppata per gli account di Matteo Salvini è così ben definita, unica e potente che è stata soprannominata "The Beast" da giornalisti ed esperti di comunicazione. Per avere questo tipo di successo, il leader della Lega avrebbe bisogno di utilizzare uno strumento innovativo che permetta al suo social media manager di avere un feedback immediato sul buzz e sul sentiment score generato dalle migliaia di interazioni. "The Beast" è gestito da 35 esperti digitali che seguono la vita di Matteo Salvini: 24/7.

Dalle elezioni politiche del marzo 2018, quando la Lega ha ottenuto circa il 17% dei voti e Salvini è stato nominato Ministro dell'Interno, i suoi account sui social media sono stati inondati di immagini, video e post legati a un unico argomento amatissimo all'unanimità: il cibo. Salvini ha iniziato a condividere i suoi pasti quotidianamente, scattando foto di succulenti piatti di pasta e invitanti dessert che mettono in mostra il meglio e il peggio della tradizione culinaria italiana. Questa strategia è stata utilizzata ancora di più durante la campagna per le elezioni regionali in Umbria (il 27 ottobre 2019) e poi in Emilia-Romagna e Calabria lo scorso gennaio. Matteo Salvini è stato letteralmente visto lanciare gocce di cioccolato perugino ai suoi elettori, assaggiare ogni possibile "piatto tipico imperdibile" e, infine, baciare un pezzo di "coppa", una specie

Life
Leader
Marketing



di salume emiliano-romagnolo.

Nell'ottobre 2019, Matteo Salvini e Giorgia Meloni, leader del partito di destra Fratelli d'Italia, hanno aperto un dibattito virale sui cosiddetti "pollellini", una versione rivisitata del piatto a base di pollo al posto del maiale, al fine di rispettare le credenze religiose di tutti. "Stanno cercando di cancellare la nostra storia e la nostra cultura", ha detto Salvini durante un discorso a Terni (Umbria), postando subito un video con la sua dichiarazione sui suoi profili social. Un altro aneddoto legato alla carriera di food blogger di Matteo Salvini è la lotta, subito ritirata, contro la Nutella. Dopo mesi di foto che lo mostravano intento a mangiare la famosa crema al cioccolato, durante un discorso a Ravenna ha informato il pubblico che ha "cambiato idea" sulla Nutella e non l'avrebbe più consumata, perché ha scoperto che è fatta con noci turche.

Alla bestia non poteva non contrapporsi la 'Bestiolina', ovvero quel tipo di marketing emozionale che giovani esponenti della nuova sinistra hanno contrapposto alla 'Bestia' salviniana. La nuova strategia della bestiolina è "Quella macchina che controlla i trend del giorno, le notizie più utili alla propaganda di sinistra, uniforma la comunicazione sui social, con il fine ultimo di provocare l'indignazione buona, di chi dedica un pensiero all'Aquarius, al sindaco razzista, a Salvini che suona citofoni, al post sessista, al giorno della memoria, al murales per la pace, alle meringhe e al profumo di lavanda nei cassetti della nonna."

Perché i vari soggetti che la praticano scrivono post praticamente identici: stessi incipit, stesse parole, stessa punteggiatura.

Sembrano delle fotocopie. I novelli adepti pur di sostenere la propria narrazione, sono arrivati a inventare la storia di un ragazzo nero fermato brutalmente dalla polizia perché non usava la mascherina, solo che poi la verità è venuta fuori: era il nero che stava molestando dei passeggeri. Criticano Salvini, ma fanno le stesse identiche cose, solo che per lo schieramento opposto. Hanno capito che le regole del gioco sono differenti, se volevano competere non potevano ignorarle.

Ma siamo davvero senza alternative a questo dualismo? Non parlo da un punto di vista elettorale e di idee, ma di come porle comunicativamente parlando. Tra i social maniaci di destra con buongiornissimi, caffè e gattini, e quelli di sinistra con le storie da "C'è posta per te", non saprei a chi dare il premio di ridicolaggine. Personalmente, non mi sono rassegnato e sono convinto esista una terza via. Una terza via che non faccia sembrare ridicoli e, alla lunga, stancanti. Perché è questo quello che succederà: le persone si stancheranno prima ancora che i loro (ex) idoli siano passati all'incasso con i risultati elettorali.

Like, commenti e condivisioni, sono vanity metrics spesso fine a se stesse, non vere redemption. Sono consapevole che oggi trovare un'alternativa non è un capriccio, ma una necessità. Rendersi il più indipendenti possibili dai media di terze parti, e quindi da piattaforme che ti costringono a ricorrere a certi metodi per emergere, è diventato di vitale importanza. Il resto va considerato ad hoc rispondendo come sempre per rendere efficace un'azione, a cinque domande, chiamate le cinque W, perché in inglese cominciano con quella lettera dell'alfabeto:



Se vuoi approfondire queste tematiche, non esitare, contattami.

Il Caffè lo pago io!

Lino Torsello

**Media and Pr Consultant
di AGS Comunica**

Via Cappello Vecchio 11, Salerno.

www.linotorsello.it

mob 392 4040769

lavoro@linotorsello.it



E' nuovo!

**E' il delivery che nasce nella
tua città per la tua città.**

**Collegati e scarica l'app
Le migliori pizzerie, ristoranti
e pub in un... *Express*...**

Info affiliazioni locali partner:

Info clientela:

Lavora con noi:

partner@pizzexpress.it

guest@pizzexpress.it

worker@pizzexpress.it

