

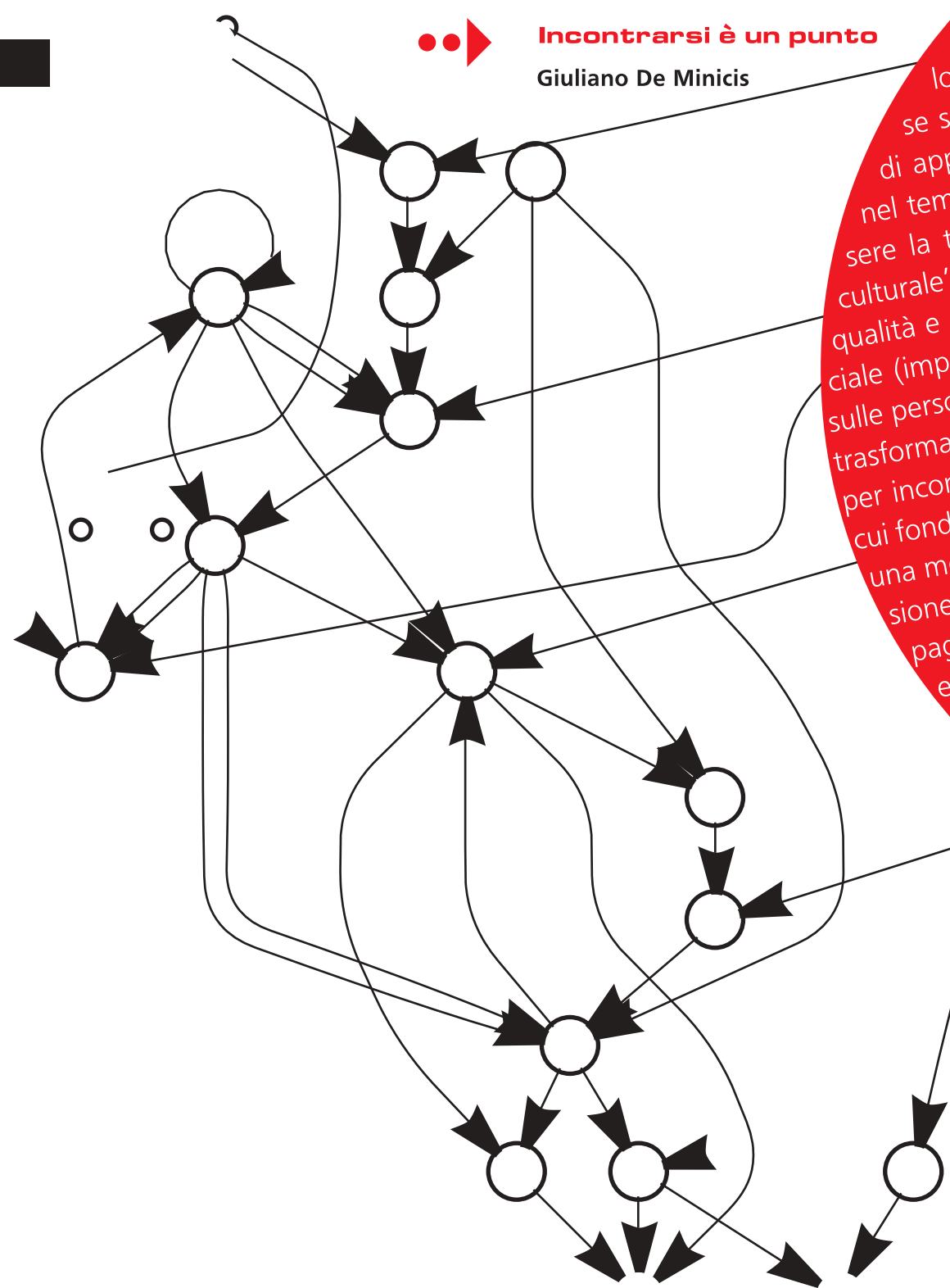
## Incontrarsi è un punto

Incontrarsi e relazionarsi è una unità spaziale, un momento di contatto spirituale oltre che fisico. **Relazionarsi** è un susseguirsi di punti in una linea che percorre il tempo in maniera sinuosa o rettilinea, lieve o incisiva, a lungo o brevemente. Le linee, le relazioni, che si intrecciano formano un disegno, una figura, un'immagine, un grafismo articolato e complesso che rappresenta la società. **Incontrarsi e relazionarsi** sono tra le più interessanti attività umane perché è da loro che nasce la trama della vita. Bella? Brutta? Chissà! Dipende dal disegno relazionale che ho saputo costruire passo dopo passo, incontro dopo incontro, con il mio "prossimo". Già, perché ci si incontra con i prossimi, con chi vive nei miei pressi, con coloro con cui condivido il mio tempo. **Incontrarsi è un'occasione** da cogliere al volo, con la quale stabilire il ritmo della mia giornata. Posso stare in mezzo a mille persone senza incontrarmi con nessuno ma a volte succede (chissà dove, chissà quando, chissà come) che, alzando gli occhi dalla fatica, incontro uno sguardo che stava cercando me. Un punto magico nell'infinito. **Relazionarsi è creativo**, se voglio, oppure è ripetitivo o stereotipato: dipende da me e dalla mia capacità di essere me stesso, di esprimermi con sincerità, di mettermi in gioco per disegnare le mie giornate come meglio posso. In un tempo "virtuale" sembra che possa bastare un clic del mouse per connettersi con il mondo, con gli amici, con il lavoro. È vero, ma tutto resta solo virtuale se non diventa "umano" cioè di concreto contatto tra le persone, di vera comunicazione, di reale incontro per una stretta di mano ed un sorriso che scaldino il cuore, che si intreccino con il mio desiderio di esserci, di sentirmi fisicamente vivo. Una parte fondamentale di ogni relazione umana è proprio il 'sorriso' sincero, semplice passo per entrare nel cuore dell'altro. Incontriamoci, relazioniamoci, guardiamoci negli occhi, sorridiamo, accettiamoci con generosità e disponibilità, faremo il bene comune, faremo crescere la società, costruiremo una sana cultura di pace.



La qualità della nostra vita  
dipende dalla nostra capacità  
di tessere legami con gli altri.

P. M. Forni



Ce n'è tanto bisogno! Il clima relazionale positivo è quello che fornisce risposte ai bisogni sociali delle persone perché permette loro di essere quello che sono, di esprimersi al meglio di se stesse, di stabilire legami solidi, di maturare quel sentimento di appartenenza che è all'origine della socialità. Qualcuno continua, nel tempo, a intrecciare le linee delle relazioni e riesce, a tessere la trama della cultura, proponendo persino l'azienda come un 'bene culturale'. Il successo e il destino di un'organizzazione sono sempre legati alla qualità e al valore di coloro che vi operano. L'eccellenza di un'organizzazione sociale (impresa, famiglia, scuola, società civile) è strettamente collegata e si fonda sulle persone, sul loro modo di essere, sulle loro azioni e sul modo di relazionarsi per trasformare il 'vivere' in un piacere. Il piacere di vivere, con persone e con valori su cui fondare le nostre relazioni sociali. Anche Next stabilisce relazioni rappresentando una modalità di condivisione che supera la tecnica comunicativa per essere espresse pagine colorate nel momento in cui il giornale viene ricevuto, aperto, sfogliato e letto. La distanza reale si annulla e ci si trova a due passi dalla persona che ha scritto, si possono leggere i suoi pensieri e immaginare le sue emozioni: un punto magico nello spazio. Anche dalle pagine di un giornale "aziendale", che in realtà è un giornale di amici, possono nascere relazioni tra persone che si stimano, che si fidano, che si riconoscono. Si incontrano e si relazionano realmente.

## Aziende che crescono e vincono insieme

Tonino Dominicis

L'Azienda è un'organizzazione di persone e mezzi per costruire valore che vive ed opera in un contesto storico, culturale e sociale. Fare impresa oggi, è diventato complicato; farla prosperare, in qualche caso, addirittura impossibile. Cerchiamo di analizzare alcuni aspetti della conduzione di un'organizzazione produttiva, focalizzando l'attenzione sull'attuale contesto socio-economico e sui processi che vanno ad impattare sulla gestione. Lo scopo è quello di stimolare il dialogo, scambiare idee per trovare soluzioni e motivazioni tali da assicurare crescita e continuità alle nostre realtà. Troppo spesso e a sproposito, da parte imprenditoriale, si parla di crisi; dietro questa parola a volte si nasconde un problema più grande di quello legato alla difficoltà dei mercati ed alla competitività del sistema; si cela un male oscuro legato, il più delle volte, ad un atteggiamento remissivo e fatalista dell'imprenditore che non ha più voglia di lottare. La causa principale di questo comportamento, troppo razionale, sta nel fatto che forse, non siamo più "affamati" e neppure un po' "folli" come quando abbiamo iniziato l'attività; ci riponiamo in una sorta di "comfort zone", aspettando che... "la crisi passi"; ci chiudiamo in noi stessi, nella nostra individualità che è stata fonte di successi, rinunciando a reagire ed a ritornare artefici del proprio destino. La peculiarità di ogni impresa e di colui che l'ha creata e la governa, è stata e sempre sarà quella di trasformare problemi in opportunità. La difficoltà sta nel fatto che, a volte, non si hanno più volontà, determinazione, passione e coraggio di fare scelte adeguate e coerenti con gli obiettivi ed il contesto in cui l'Azienda opera. "Nel nostro settore, una persona sola non è più in grado di fare nulla. Costruite attorno a voi un team di persone" (Steve Jobs). Noi molto immodestamente, aggiungiamo che un'azienda da sola non è più in grado di fare nulla; bisogna costruire attorno ad essa una rete di aziende, di persone, di strutture efficienti, scuole ed istituzioni. Occorre creare

le condizioni per coltivare un "humus" ricco di conoscenze, competenze, tecnologie, reputazione che faccia fiorire imprenditorialità, idee, creatività, passione, gusto per la sfida. Un **ecosistema dell'economia** inserito in un ambiente socialmente responsabile e fortemente motivato alla partnership, allo sviluppo di una cultura del valore, alla crescita ed al successo. **Connettersi, raggiungersi, incontrarsi, collegarsi.** Come in amore, se non si è collegati, se non si condividono obiettivi e desideri, se non si è in sintonia, se non c'è *feeling*, "non funziona"! Occorre dunque lavorare insieme ad altre aziende, alle eccellenze del territorio per connettere le professionalità, le risorse, le informazioni, le esperienze e unire le forze per sviluppare mercati, ricercare nuovi prodotti e servizi, progettare nuovi strumenti di produzione, innovare a tutto campo. Non più individualità della nostra impresa, ma centralità del Sistema Impresa del territorio, vista come insieme di partner accomunati da un unico obiettivo: vincere la competizione globale. Abbiamo recentemente, avuto l'opportunità di visitare la Silicon Valley, un'isola felice che sembra non conoscere crisi, perché da quelle parti si è abituati a guardare avanti con fiducia ed entusiasmo, perché al pragmatismo dei numeri del business è associato il "sogno di fare qualcosa per di cambiare il mondo". **Girando per i campus universitari e visitando aziende dell'hi tech, si respira un'aria fresca di idee impregnate di sapere; si percepisce l'essenza dell'economia della conoscenza parlando con i talenti che vivono nella valle, i docenti universitari, i ricercatori, gli imprenditori e conoscendo le loro storie fatte di creatività, passione, divertimento, successo e fallimenti. Storie di chi vive il sogno di cambiare il mondo attraverso l'impegno, la determinazione, la propensione al rischio, ma soprattutto grazie ad un territorio amico che mette in rete professionalità, risorse, strutture. Crescere e vincere, insieme, è l'imperativo categorico. In un momento economico complesso i problemi si risolvono trovando soluzioni semplici ma veloci, dando fiducia ai collaboratori, essendo orgogliosi del loro lavoro, pretendendo, al tempo stesso, professionalità, passione, spirito di appartenenza, rigore morale, rispetto delle regole. Occorre lavorare nel nostro mondo di piccole aziende manifatturiere per fare in modo che queste si "raggiungano", cioè arrivino insieme e si "incontrino" vittoriosi nella competizione. "Non puoi cambiare il mondo, è il mondo che cambia te, ma se ne metti insieme tanti, forse ce la fai".**  
Buona crescita a tutti!



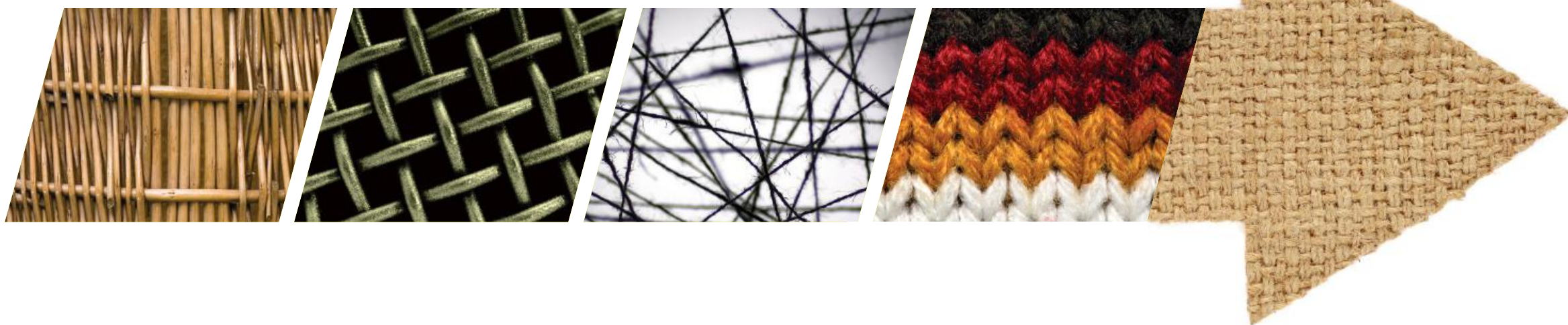
# Social impressions

## 1

Gaia Paradisi

Ho sempre sognato l'America, le sconfinite praterie del Wyoming, gli immensi grattacieli di New York che si perdono nella nebbia, gli interminabili viali californiani costeggiati dalle palme, gli scintillanti e caotici hotel di Las Vegas... l'America ai miei occhi è sempre stata la terra dove tutti i sogni si possono realizzare, dove qualsiasi cosa è possibile e dopo questo viaggio lo è anche di più. L'America sembra essere la patria delle menti più geniali ed eccelse, colossi dell'informatica quali Google, Apple, Microsoft, Hp, si sono sviluppati là e, cosa ancora più sorprendente, sono nati in quella terra magica i social network più famosi ed utilizzati al mondo. *La domanda a questo punto sorge spontanea: perchè proprio là? che cos'hanno nella Silicon Valley che noi europei non abbiamo?* Non c'è una risposta precisa, anche perchè non credo che abbiano qualcosa in più, piuttosto di diverso. La loro mentalità, il loro modo di pensare, di vivere, di rapportarsi con il nuovo, con il più giovane, con il più bravo. In Italia tutti questi termini che sembrano positivi, spaventano. Non si è in grado di guardare oltre, di cambiare prospettiva; basta pensare al loro "elogio al fallimento", sì, proprio così, chi ha un bel fallimento tra i punti del suo curriculum partirà sicuramente avvantaggiato. Non è difficile, dopo essere entrati in contatto con quella mentalità, capire perchè le più promettenti aziende nascono lì e soprattutto perchè è sempre in quell'ambiente che si ingrandiscono, migliorano e fanno sempre più successo mano a mano che passa il tempo. Ci si è aperto agli occhi un mondo vivo, pieno di idee geniali che sfrecciano da una mente all'altra e che vengono subito messe in atto, senza timore, senza ripensamenti, senza rimpianti ma soprattutto senza perdere tempo, quel tempo prezioso e letale che le arrugginisce in meno di un attimo. È uno scambio continuo di pensieri e di esperienze di vita, sono tutti aperti al nuovo e al diverso, e soprattutto sono sempre rivolti al futuro. Non si fermano se hanno raggiunto l'obiettivo che si erano prefissati, ne scelgono un altro e, raggiunto quello, un altro ancora. Per citare un grande personaggio che in questi giorni è sulla copertina di qualsiasi rivista, Steve Jobs riassume così questo modello di pensiero: "Se fai qualcosa che risulti essere molto buono, allora devi metterti a fare qualcos'altro di magnifico, non fermarti per troppo tempo. Pensa solo a cosa fare dopo." Parallelamente a questa considerazione ne vorrei inserire un'altra che non è connessa al loro modo di pensare ma al loro modo di fare impresa. Dopo questo viaggio in cui siamo entrati in un mondo che ci è sembrato pa-

ragionabile solo al paese delle meraviglie di Carroll, si è svelato forse che cosa c'è al di là dello specchio che lo riflette. È come se esistesse una grande contraddizione tra ciò che dicono e ciò che veramente è la realtà. In TV, alle conferenze, durante le riunioni, sempre, i grandi personaggi dell'industria americana, non fanno che ripetere la parola passione; non è importante ciò che fai, ma come lo fai; se vuoi avere successo devi alzarti la mattina pensando: "oggi voglio cambiare il mondo"; sono, senza dubbio, pensieri nobili, che fanno riflettere e soprattutto che spronano ad andare sempre più avanti, ad utilizzare al massimo le singole capacità di ognuno, funzionano perchè arrivano dirette ai sentimenti delle persone, e si sa, la folla è guidata dalle passioni... *ma credono veramente a ciò che dicono o sono solo degli eccelsi oratori?* Io sono fermamente convinta che il successo dei grandi colossi americani sia dato dalla dedizione e dalla passione dei loro fondatori, che credono in quello che dicono e fanno. Quando poi però assisto al ciclo di vita delle *start-up*, così diverso dalla nostra mentalità di piccola e media impresa, (chi si sognerebbe mai, infatti, di vendere la propria azienda nata con il sudore e il sacrificio di generazioni?), che nascono in tempi record e che poi finiscono altrettanto velocemente, per poter avere il massimo guadagno, mi chiedo dove sia finita la passione e l'indifferenza al denaro. Dunque hanno ragione gli scettici ad affermare che la mentalità americana è solo rivolta al guadagno. Visitando le varie aziende, ci sono sembrate più dei piccoli villaggi di felicità che luoghi di lavoro: non esistono orari o cartellini da timbrare, sono attrezzati di tutto: palestra, piscina, campi da beach volley, mense che dispongono di quattro o cinque menu differenti i quali vengono serviti gratuitamente. Secondo alcuni potrebbe essere tutto finalizzato alla felicità dei dipendenti, a trasmettere anche a loro la passione che hanno i loro manager, a favorire lo scambio di idee e intuizioni. Ad altri potrebbe vagamente ricordare il *big brother* descritto da George Orwell in "1984" un enorme occhio che osserva qualsiasi mossa dei dipendenti, i quali, meno si allontanano dal posto di lavoro e meglio è per l'azienda, il lavoro è l'unica cosa a cui devono pensare, non ci deve essere nient'altro. È come una catena di montaggio modernizzata in cui i singoli dipendenti vengono spersonalizzati e considerati solo in base al guadagno che apportano all'azienda. *È davvero questo il progresso?* Io non sono ancora riuscita a capire dove si trovi la verità, ma probabilmente come si usa dire "veritas in medias res est" e credo anche che ognuno di noi abbia il suo personale pensiero in proposito che dipende dalla sua visione più o meno pessimistica della vita e dell'essere umano.



# Social impressions 2

Arianna Rocchetti

1492, Cristoforo Colombo scopre l'America. O meglio, mentre navigava convinto di essere dall'altra parte del mondo, ci sbatte contro. Per sbaglio. 2011, 519 anni dopo, ancora celebriamo quell'errore. Ho da poco avuto la possibilità di partecipare ad un viaggio studio nella Silicon Valley e vedere con i miei occhi quel fermento intellettuale di cui tanto si parla, che la alimenta. La metafora di Cristoforo Colombo l'ho trovata particolarmente interessante perché egli è l'esempio *ante litteram* della *start up* odierna. Da un'idea è nato un progetto, dalla qualità del progetto sono arrivati i fondi, e dalla tenacia del non mollare anche da-

vanti all'insuccesso, il successo. Nel vedere questi piccoli miracoli che oggi non avvengono più a bordo di caravelle, ma sono scritti in codice binario, la sensazione è stata quella che la Silicon Valley fosse il *paese dei balocchi*. Aziende come Oracle, Google, VMware, sembrano offrirvi il miglior posto di lavoro di sempre: stipendi da urlo, flessibilità nell'orario di lavoro, sedi aziendali meravigliose, possibilità di carriera e soprattutto cercano persone. Cercano, cercano, cercano. Agli occhi di una studentessa universitaria al secondo anno di fisica, che nelle migliori possibilità può sperare in Italia in un posto da ricercatrice sottopagata, tutto ciò rappresenta il sogno. Ciò che mi ha colpito più profondamente della *valle del silicio* riguarda l'università e le possibilità ad essa legate. I laboratori dell'università di Berkeley offrono posti di lavoro

a studenti meritevoli, non a professori con pubblicazioni su "American Scientist", ma a studenti neolaureati. L'università di Stanford spende, per ogni studente di Phd, cento mila dollari per il suo mantenimento. Di investimento sui giovani e sulla ricerca se ne parla nei programmi elettorali del novanta per cento dei paesi democratici, ma solo nella Silicon Valley è possibile vederne una reale messa in pratica. Gli studenti, i ricercatori, i professori non vengono affatto ricoperti d'oro, ma a loro non importa, perché viene offerto loro un tesoro ben più grande: la possibilità di fare ricerca. Uno dei personaggi che abbiamo incontrato ha giustificato il basso stipendio degli scienziati con il fatto che probabilmente loro lo farebbe lo stesso anche senza essere pagati, solo per amore della scienza. Quello che ad una ragazza come me rimane della Silicon Valley, è che esiste un posto dove ancora si crede nell'amore per la scienza, dove si può ancora vivere di scienza, dove la ricerca fine a sé stessa supera le richieste di mercato. Oggi ho vent'anni, studio fisica all'università e ho una gran voglia di tornare in Silicon Valley, ma non per il successo, non per i soldi, ma solo per avere la possibilità di fare, anche solo per tre mesi, il lavoro che amo: la scienziata.



If you can dream it,  
you can do it.

Questo è il *leitmotiv* del fare americano che in tanti viaggi negli USA abbiamo cercato di portare a casa.

Ci siamo dimenticati che viviamo in Italia e pertanto dovremmo fare delle precisazioni. Evitate di sognare queste professioni: il farmacista, il notaio, l'avvocato, il dentista a meno che non siete figli di farmacisti, notai, avvocati e dentisti.

*E la meritocrazia?*

È inutile suggerire ai nostri ragazzi di studiare per raggiungere il massimo del punteggio perché la nostra università non riconoscerà loro nulla a meno che non provengano da una famiglia con un reddito basso. Dopo aver visto Stanford e Berkeley University come possiamo non invitare i nostri ragazzi ad andare a studiare e o lavorare là.

## Cervelli in rete

Sandro Paradisi

Puntare su una rete di cervelli, sfruttando le tecnologie della rete e i nuovi modelli e strumenti associativi che essa offre è il motore della Silicon Valley. I cervelli in rete sono inseriti in un ecosistema popolato anche da imprenditori. Le buone idee da sole non creano innovazione a meno che non si sposino ad iniziative imprenditoriali che rispecchino l'evoluzione dei mercati. Con la rete la distanza geografica non è più una barriera, anzi le opportunità di scambio di

idee e conoscenza possono integrarsi col mondo imprenditoriale che continua a restare alla base di un'economia di successo.

**"Siate affamati, siate folli" anche noi vorremmo poterlo dire ai nostri ragazzi!**

Facciamo in modo di diffondere positività, di dare fiducia ai giovani, di creare le condizioni affinché qualunque sogno possa avverarsi per-

ché solo in questo modo avremo innovazione. Questo è quello che ho percepito chiaramente visitando la Silicon Valley. Un network dove imprenditori, professionisti e giovani ricercatori si incontrano e le idee diventano parte integrante del sistema imprenditoriale.

# Reti d'impresa: strategie di rete per arrivare al mercato

Le reti di impresa rappresentano oggi una delle principali modalità di riorganizzazione del sistema industriale italiano per il prossimo futuro. Le imprese più attive ed innovative hanno infatti iniziato a discostarsi dal modello di business tradizionale per orientarsi verso forme di organizzazione produttiva a rete. Queste attuali forme di aggregazione rappresentano una efficace strategia per lo sviluppo delle aziende del nostro territorio e un innovativo strumento competitivo, regolamentato dalla Legge n. 33/2009. Il successo delle reti di impresa è confermato dai numeri, infatti i dati aggiornati al 12 ottobre riportano 162 contratti di rete e 800 aziende partecipanti (erano rispettivamente 118 e 557 al 31 agosto - vedi tabella). Nella tabella successiva sono riportati i settori interessati (da notare che il 70% è rappresentato dal settore manifatturiero).

Ing. **Fausto Ceolini**  
Leading Network

## Perché le aziende partecipano ad una rete di impresa?

Le PMI che scelgono di partecipare ad una rete possono dar vita a collaborazioni tecnologiche e commerciali con aziende della stessa filiera produttiva per acquistare maggiore forza contrattuale, agevolazioni amministrative, finanziarie e per ricerca e sviluppo. Inoltre un importante vantaggio dell'aggregazione è connesso alla necessità di accrescere la massa critica a fronte della globalizzazione dei mercati. Un altro aspetto importante per le PMI italiane è la possibilità per le imprese che si uniscono per un obiettivo comune di mantenere la propria autonomia e di ottenere agevolazioni fiscali a favore delle aziende che finanziano le attività in rete.

## Problemi aperti

Gli aspetti di criticità riguardano: la cultura imprenditoriale della collaborazione che trova ancora molte resistenze e perciò necessita di supporti di progettazione ad hoc, che identifichino gli obiettivi, il modello di governance, gli spazi di cooperazione e quelli di autonomia. Il riconoscimento delle reti sia a fini fiscali che a fini agevolativi, e la concreta disciplina per partecipare a bandi ed appalti. La necessità da parte delle banche di operare in modo diverso nella concessione dei prestiti: dalla valutazione del "soggetto" alla valutazione del "progetto".

## Contratto di rete

È un contratto stipulato tramite un atto pubblico o una scrittura privata autenticata, con il quale più imprese perseguono l'obiettivo di accrescere la propria competitività e capacità d'innovazione attraverso un programma comune in cui si impegnano a collaborare attraverso lo scambio di informazioni e prestazioni di natura industriale, tecnica o tecnologica. Il contratto prevede l'istituzione (non obbligatoria) di un fondo comune patrimoniale. Gli utili d'impresa reinvestiti nel fondo patrimoniale o nel conseguimento del programma di rete godono di una defiscalizzazione, fino a un massimo di un milione di euro. Per le agevolazioni sono state stanziati complessivamente dal 2011 al 2013, 48 milioni di euro. Previsti anche 30 milioni (accordo di programma tra Ministero dello Sviluppo Economico e Unioncamere) per realizzare progetti diretti a promuovere le reti d'impresa, supportando le imprese attraverso studi di pre-fattibilità e la stesura delle tipologie contrattuali.

Regioni	n° Imprese	Settori	Reti
Abruzzo	332	Servizi e consulenza	17
Basilicata	28	Energia	16
Calabria	10	Meccanica e automazione	14
Campania	31	Edilizia e infrastrutture	12
Emilia Romagna	100	Alimentare	9
Friuli Venezia Giulia	28	Biotecnologie	7
Lazio	17	Impianti	7
Liguria	6	Materiali innovativi	7
Lombardia	67	Ambiente e riciclo	5
Marche	33	Tessile, abbigliamento e calzature	5
Molise	3	Arredamento	4
Piemonte	12	Turismo	4
Puglia	44	Elettronica	2
Sardegna	9	Servizi informatici	2
Sicilia	11	Automotive	1
Toscana	63	<b>Altro</b>	<b>6</b>
Trentino Alto Adige	9		
Umbria	4		
Veneto	50		
<b>tot.</b>	<b>557</b>		

# Team working: slogan o valore?

Antonella Cipollone A&C Consultant



Lavorare in team. Questo sembra essere divenuto negli ultimi anni il motivo conduttore di tutti i discorsi, di tutti i progetti, di tutte le organizzazioni. I documenti che raccolgono i valori in cui un'azienda crede, che la rappresentano e la guidano, citano sempre più spesso il desiderio di valorizzare le risorse attraverso la condivisione e il lavoro di gruppo. Ma proprio come tutte le parole abusate, dopo un po' si rischia di perderne il senso e la reale forza, si rischia di banalizzarne il concetto, riducendolo ad uno slogan. A volte finisce per essere definito team un qualsiasi aggregato di persone che operano all'interno di una stessa attività.

**Ma cosa fa di un gruppo di persone un team? Una probabile risposta è: un obiettivo comune. Quindi un gruppo di persone che aspettano lo stesso autobus sono un team?**

Avere un obiettivo condiviso non è sufficiente. L'attenzione nella composizione del team deve garantire le condizioni affinché ciascun membro si senta necessario al raggiungimento del traguardo. Questo presupposto genera l'effetto di rendere ogni individuo responsabile del successo del gruppo e motivato a mettere a fattor comune la propria competenza ed esperienza, la propria idea. La partecipazione nasce dall'esigenza di sentirsi utili, perché tutti abbiamo bisogno di dare un senso alla nostra fatica! Ma ancora non basta.

**Cosa spinge un individuo a connettersi con gli altri, a scambiare informazioni, a collaborare?**

Per mettere a disposizione degli altri conoscenze, passione e impegno, è necessaria la consapevolezza di far parte di una squadra ed identificarsi in essa, sviluppando un senso di appartenenza che si alimenta attraverso il confronto, la stima reciproca e il riconoscimento.

Lo sforzo iniziale di creare queste condizioni culturali, ancor prima che organizzative, sarà ricompensato dalla nascita di gruppi di persone capaci di far accadere le cose, di esprimere il proprio potenziale valorizzando il talento dei singoli, di innovare pensando in modo diverso. Persone che godono del privilegio di prendere decisioni per migliorare la parte di mondo racchiusa nel loro obiettivo, che, con la flessibilità propria di una comunità e non del singolo, sfidano la velocità dei cambiamenti, permettendo all'intera organizzazione di distinguersi per non estinguersi. Identificati i valori in cui l'azienda davvero si riconosce, questi, oltre che enunciati, vanno vissuti tutti i giorni, con coerenza nelle decisioni e negli atteggiamenti. Il successo diventa una variabile dipendente dalla forza con cui viene sostenuta la crescita professionale e personale dei collaboratori, che abbandonano la storica attenzione al solo contenuto tecnico, per assimilare skills legati alla capacità di ascolto, di rispetto nel confronto, di comunicazione, di gestione dei conflitti, di disponibilità verso l'altro, di leadership. L'azienda che sposa questa visione incoraggia l'innovazione, trasformando la paura del fallimento in desiderio di sperimentare, perché non si può rischiare dove non si può fallire, e valorizza i suoi talenti affiancandoli mentre apprendono che la forza è nelle differenze, non nelle similitudini!



# Nuove connessioni VS Vecchie logiche

**Davide Perini** Senior Product Manager

In un articolo apparso sulla rivista Wired qualche tempo fa (scaturito dalla prefazione, dello stesso giornalista, del libro "Nati con la rete" di Urs Grasser e John Palfrey) Luca Sofri tratteggiava le caratteristiche delle categorie di fruitori della Rete. Da una parte vi erano i *nativi*, coloro che per ragioni anagrafiche sono nati con Internet, poi vi erano i *coloni*, persone che hanno frequentato il "mondo di prima" ma che per ragioni culturali e d'opportunità sono diventati, fin da subito, protagonisti del nuovo mondo ed infine i *tardivi*. Questi ultimi hanno scoperto Internet relativamente da poco e soprattutto grazie alla facilità d'accesso di alcuni luoghi (ad esempio Facebook) familiari e rassicuranti perché repliche del mondo reale (almeno nella maggior parte delle funzioni utilizzate come le piccole conversazioni e lo scambio di foto). Secondo l'autore il sopravvento di questi ultimi, specialmente in un paese "geneticamente" vecchio come il nostro, avrebbe potuto portare attraverso la "restaurazione" di modelli preesistenti e in qualche modo obsoleti a spuntare e limitare la propensione innovativa

e futuristica della Rete. Oltre all'importanza della battaglia nativi-tardivi, dall'articolo di Sofri emerge il fatto che l'utilizzo che si fa dei nuovi mezzi di connessione è forse ancor più determinante degli strumenti stessi. Si limitano fortemente il progresso, lo sviluppo e la crescita se ci ostiniamo, pur in ambiti e campi d'applicazione nuovi, a riproporre modelli conosciuti, rassicuranti, consolidati. Di riflesso, quindi, le immense possibilità relative al collegamento e alla connessione tra persone, offerte da Internet, possono in qualche modo essere affossate da un approccio vecchio e stereotipato. Il "gattopardesco" esempio dello sfruttamento di una grande risorsa come Face-

book, deve farci riflettere sulla diversità nella creazione e nell'utilizzo dei nuovi media. Un blog, ad esempio, non è la riproposizione su Internet di un giornale tradizionale, ma è uno strumento in grado di offrire enormi possibilità connettivo-relazionali. I rimandi e le interazioni che si debbono a link, commenti e quant'altro differenziano, in

modo sostanziale, questa forma di comunicazione dai semplici "contenitori di notizie" cartacei. Sta a noi, adesso, utilizzare al meglio l'enorme potenziale che abbiamo a portata di mouse.



## Restare connessi alle proprie radici

**Eros Gregorini**

La parola "connessione" viene oggi molto spesso associata al campo dell'informatica e dell'elettronica: "è saltata la connessione", "ma tu che connessione hai?" sono frasi che sempre più spesso pronunciamo o sentiamo dire. È interessante però sottolineare la parola "connessione" anche per il suo significato di unione e legame non solo tra parti meccaniche,



ma tra luoghi, persone e valori che hanno fatto la storia di ciascuno di noi. Carichiamo così di significato la parola connessione quando la usiamo, ad esempio, per ricordare i nostri legami affettivi, per legarci al processo che ha formato il nostro senso di identità e di appartenenza, per restare "connessi" alle nostre radici. Per farci tornare alla mente un luogo cui siamo particolarmente legati, per "connetterci" ad uno spazio o a tempo che ci è caro, a volte basta una foto, un particolare, un cibo, anche solo un odore o un sapore. E talora basta anche solo un articolo di giornale. Voglio allora raccontare qui una piccola storia che ho vissuto nel mio lavoro e parlarvi di quanto anche un periodico, come lo è del resto "Next", possa

suscitare un'emozione inaspettata se è il mezzo che ci tiene connessi alle nostre radici. È l'emozione che ho letto in decine di lettere provenienti da ogni parte del mondo quando il Comune di Senigallia ha chiesto ai suoi ex cittadini ora residenti all'estero di confermare il proprio indirizzo per la spedizione del giornale comunale. Emozioni, nostalgia, amore e legame per la terra natia: questo è quello che è emerso dalle numerosissime risposte giunte via mail, ma anche con lettere cartacee da Argentina, Svizzera, Brasile, Germania, Messico, Stati Uniti, Belgio, Ecuador, per mostrare il loro affetto per la terra natia e la loro gioia di ricevere le novità della città attraverso il periodico. "Sono già trascorsi cinquantasette anni dal 7 dicembre del 1953, giorno in cui sono partito con destino Argentina - recitava ad esempio la lettera di Enzo Fuligni - e mai ho potuto ritornare; però vi assicuro che oggi come sempre si mantiene accesa una fiamma che brucia il cuore. Né la distanza, né il tempo, né l'oceano sono capaci di spegnere questo sentimento". "Leggere la rivista ogni due mesi dopo 63 anni di lontananza - spiega invece il novantenne Primo Mancini - mi aiuta a non dimenticare, a vedere come avanza la città e i suoi dintorni". Parole che sottolineano il fortissimo legame che tutti i cittadini, anche se da molti anni residenti all'estero, hanno mantenuto con Senigallia: una "connessione" viva, emozionale e passionale perché una "connessione" con le proprie radici, con i propri tratti identitari. La forza di un semplice periodico, che contribuisce a mantenere un sentimento vivo ed un interesse partecipe: una connessione forte che auguro a "Next" di far provare sempre, oggi e nel futuro, anche a tutti i suoi lettori.

# Next

idee & packaging

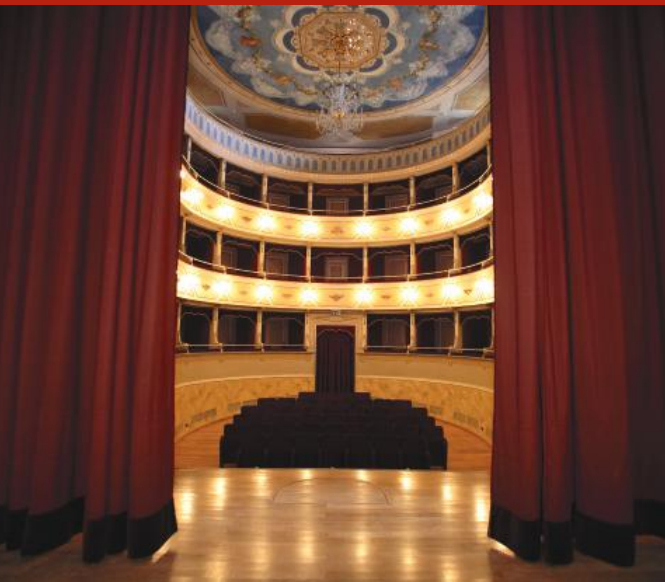
forNext Per suggerimenti, idee, interventi scrivere a: [d.perini@boxmarche.it](mailto:d.perini@boxmarche.it)

Informativa breve ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003. Per inviarVi Next la Box Marche, dispone del vostro nome, indirizzo, eventuale ruolo aziendale. I Vostri dati sono trattati con procedure idonee a garantirne la sicurezza e la riservatezza. L'invio rivista avviene tramite Flamini srl Osimo (AN). Nel caso in cui non vogliate più ricevere la rivista siete pregati di comunicarlo alla Box Marche S.p.A. L'informativa completa si trova sul sito [www.boxmarche.it](http://www.boxmarche.it) o rivolgendosi alla Box Marche S.p.A e-mail: [info@boxmarche.it](mailto:info@boxmarche.it), tel. 071797891.

skipintro

## Teatro G. Goldoni di Corinaldo Cartellone principale 2011/2012

Teatro  
Carlo Goldoni



**Giovedì 8 dicembre 2011**  
**Compagnia Italiana di Operette**  
**La duchessa del Bal Tabarin**  
di B. Granis e Carlo Lombardo  
regia Umberto Scida

**Domenica 18 dicembre 2011\***  
**Teatro Sovversivo**  
**Inside (my theatre)**  
ideazione e regia Lorenzo Bastianelli

**Giovedì 26 gennaio 2012**  
**Anna Mazzamauro**  
**Brava!**  
commedia musicale di Gino Landi,  
Anna Mazzamauro, Tommaso Paolucci,  
Stefano De Bernardin  
musiche Michele Paulicelli  
coreografica Fabrizio Angelini  
regia Tommaso Paolucci

**Venerdì 3 febbraio 2012**  
**Corrado Tedeschi e Nathalie Caldonazzo**  
**Miles gloriosus**  
di Tito Maccio Plauto  
regia Cristiano Roccamo

**Lunedì 20 febbraio 2012**  
**Lunetta Savino e Emilio Solfrizzi**  
**Due di noi**  
di Michael Frayn  
regia Leo Muscato

**Giovedì 15 marzo 2012**  
**Maddalena Crippa**  
**E pensare che c'era il pensiero**  
di Giorgio Gaber e Sandro Luporini  
regia Emanuela Giordano

**Giovedì 22 marzo 2012**  
**Compagnia Naturalis Labor**  
**Que reste t il de nos amours?**  
quasi un musical sull'amore e su Parigi...  
coreografie e regia di Luciano Padovani

**Martedì 10 aprile 2012**  
**Luca Lazzareschi, Luca Bastianello  
e Valeria Monetti**  
**Rain Man**  
regia Saverio Marconi

\* posti limitati, prenotazione consigliata ("Teatro Sovversivo" fa parte della piattaforma "Matilde": progetto di Regione Marche e Amat)



## Boxmarche aiuta il Progetto Scuola materna ed elementare "I piccoli angeli" Natitingou - Benin

 **gruppo**  
**Aleimar** onlus  
adozioni a distanza e progetti di sviluppo

Il Gruppo Aleimar è un'organizzazione di volontariato laica di radice cristiana che, attraverso l'adozione a distanza e i progetti di sviluppo, si occupa di minori in difficoltà (bambini di strada, orfani, abbandonati, profughi) senza distinzione di religione, razza e cultura. La storia del Gruppo Aleimar, iniziata 20 anni fa, è fatta di piccoli passi e di tante persone che, nel corso degli anni, hanno creduto nella sua missione: aiutare i bambini delle comunità più povere del mondo nel contesto in cui vivono. Uno dei problemi principali del Benin sono i bambini Oev (Orphelins et Enfants Vulnérables) che spesso provengono da famiglie colpite dall'AIDS. Attualmente il Gruppo opera in 12 nazioni (tra cui il Benin) con 55 progetti.

### La scuola elementare

Accanto alla scuola materna sorge ora la necessità di costruire una scuola elementare.

### Descrizione dettagliata del progetto

Lo scopo del progetto è duplice:

- integrazione dei bambini OEV e, indirettamente, delle loro famiglie
- contribuire ad aumentare l'offerta educativa in un territorio carente



### Come Sostenerci

Bonifico bancario

Credicoop Cernusco S/N  
**IBAN IT 65 F 08214 33400 00000050023**

Intesa S. Paolo  
**IBAN IT 75 C 03069 33401 000007749104**

Conto corrente postale  
**n° 29095205**

Per tutte le donazioni indicare sempre:

Beneficiario:

**Gruppo Aleimar Onlus**

Causale:

**Offerta Progetto Scuola Elementare  
Natitingou - Benin**

I contributi e le donazioni erogate al Gruppo Aleimar Onlus sono deducibili dalla dichiarazione dei redditi secondo le vigenti leggi.