

Cassette vuote a Romanò di Inverigo, Poste Italiane: "Dal 20 maggio due nuovi portalettere"

Silvia Legnani • 13 Maggio 2019 - 18:26



Due nuovi postini a partire da lunedì 20 maggio nell'organico del centro di Cremnago, che gestisce la distribuzione delle lettere a Romanò Brianza, frazione di Inverigo: la notizia arriva da Poste Italiane, a seguito delle segnalazioni di disservizi ricevute nei giorni scorsi dai residenti della zona. A Romanò Brianza, infatti, a causa di tre postini contemporaneamente a casa in infortunio, le cassette sarebbero vuote da almeno tre settimane. "Nel territorio in questione, – si legge in una nota ufficiale di Poste Italiane – si sono effettivamente registrati a partire dall'inizio del mese alcuni rallentamenti nella consegna della corrispondenza ordinaria. Ad oggi, infatti, sono presenti alcune code di lavorazione di lieve entità, che saranno azzerate entro la fine della settimana anche grazie ad azioni di potenziamento della rete e a interventi di recapito straordinario. Nello specifico, a partire dal prossimo lunedì 20 maggio è previsto l'inserimento in organico di due ulteriori risorse. Poste Italiane – conclude la nota – si scusa per gli eventuali temporanei disagi e conferma il proprio impegno a garantire servizi in grado di soddisfare le esigenze di cittadini e imprese". Alla carenza di personale si somma, inoltre, la riforma del recapito, che sta andando gradualmente a modificare le modalità di consegna della posta. In sostanza, i postini continueranno a consegnare le lettere con il metodo classico, la mattina, a giorni alterni, ma a loro si andrà ad aggiungere altro personale in supporto che consegnerà la posta in orari pomeridiani. «La riforma – spiega Stanislao Pisani, coordinatore territoriale del Sindacato Lavoratori Poste Cisl dei Laghi – il prossimo 20 maggio sarà estesa a Como, Erba e Asso».

IV

LA PROVINCIA
LUNEDÌ 13 MAGGIO 2019

Made in Como

Tecnologia e capitale umano

La strategia

Scelta della sede a ComoNext
«Molto utile il networking»

Un milione di fatturato diretto (poi c'è quello generato dalle filiali all'estero) per un'azienda in rapida crescita sull'onda degli investimenti proiettati dal Piano Impresa 4.0. Up Solutions ha scelto di insediarsi a ComoNext ed è una

sceita che ha pagato. «Direi che è stata vincente - dice Davide Giustina, ceo della società - siamo vicini alle aziende del distretto tessile ma soprattutto sono utili le dinamiche di networking che si sviluppano con altre aziende innovative

presenti nel parco tecnologico. In particolare abbiamo stabilito collaborazioni nel campo della sensoristica che è parte della nostra attività». Attraverso il pacchetto software Just Mes, soluzione completa e integrata nei pro-

dotti just plm, just planning, just monitoring e just quality control, Up Solutions fornisce ai clienti (160 localizzati in 30 Paesi) la tecnologia che consente di ottimizzare l'intera supply chain di clienti del settore tessile e apparel.

Dati e sensori, passa da Como il tessile 4.0

Innovazione. Il pacchetto di Up Solutions per digitalizzare il ciclo produttivo: dal progetto al controllo qualità
«Più efficienza, meno sprechi, maggiore rapidità nei processi: anche le piccole imprese si stanno attrezzando»

LOMAZZO

ENRICO MARLETTA

Tre sedi nel mondo, un rete di 30 professionisti, 160 clienti in 30 Paesi. Il tessile comasco non esporta solo tessuti di alta gamma ma anche innovazione. A dimostrarlo è il percorso di Up Solutions, un'azienda nata otto anni fa come spin off di Pori e sei anni fa acquisita da PA Group, leader internazionale nella consulenza, nella tecnologia e nei servizi nel campo dell'innovazione digitale.



Davide Giustina, ceo Up Solutions

«Siamo sostanzialmente una software house che ha maturato una competenza specifica nell'ambito del settore tessile - dice Davide Giustina, ceo di Up Solutions - diamo supporto alle aziende che vogliono sfruttare le opportunità dell'Industry 4.0 dove l'IoT, i Big Data e gli Analytics diventano essenziali per un nuovo modo di gestire la produzione e competere in un mercato globale».

Time to market

Fino a qualche anno fa, il mondo dei sistemi IT è stato vissuto in modo parallelo rispetto allo sviluppo del sistema produttivo; oggi i due mondi sono profondamente interconnessi. Le aziende più attrezzate, sul terreno della digitalizzazione, oggi dispongono di siti produttivi smart, in grado di razionalizzare le informazioni in real time per migliorare le performance, abbattere il tasso di errore, ridurre il time to market, fattore decisivo in un mercato dove la parola chiave è flessibilità.

«I margini di crescita della produttività sono enormi - continua Giustina - il settore negli ultimi anni, anche in Italia grazie agli incentivi, ha avviato investimenti importanti, passi avanti importanti sono stati compiuti anche da diverse piccole aziende».

Per le imprese tessili, Up Solutions ha studiato un pacchetto - Just Mes - che si articola in quattro soluzioni, distinte ma integrate, per tutti gli ambiti della filiera. Creazione e progettazione del prodotto; pianificazione della produzione; monitoraggio; controllo qualità. «I dati consentono di ottimizzare l'attività produttiva e garantiscono la tracciabilità di ogni singolo prodotto» continua Giustina.

Dal monitoraggio dell'attività produttiva derivano molte ricadute positive: la semplificazione dei processi decisionali (si sa sempre dove e quando intervenire per risolvere un problema); l'aumento dell'efficienza dei processi aziendali; l'incremento di redditività degli impianti; l'abbattimento degli sprechi; l'incremento del livello di servizio al cliente (puntualità e precisione delle consegne; affidabilità delle previsioni).

Non solo, un ulteriore passo in avanti, in termini di flessibilità sarà presentato da Up Solutions a Barcellona in occasione di Itma: la nuova release di Just Mes attraverso una app consentirà di monitorare le operazioni in completa mobilità da tablet e smartphone in modo semplice e immediato; non sarà più quindi necessaria l'installazione su postazioni fisse in reparto.

«Per essere sempre allineati alle esigenze che i nostri clienti ci manifestano - commenta Giustina - ci proiettiamo costantemente verso gli aggiornamenti di prodotto e questa è la soluzione permette l'installazione anche su piattaforme come Azure, un vantaggio per i clienti che stanno programmando la migrazione verso sistemi Cloud».

Flessibilità

Configurabile e dalla grande flessibilità applicativa in base al tipo di macchinario, agli obiettivi della produzione (quantità prodotte, avanzamenti, produttività), la soluzione permette l'integrazione tra la raccolta e l'analisi dei dati: ciò consente di rilevare in tempo reale fermi macchina, anomalie dell'impianto e rapporto tra risultati reali e quelli attesi, traducendo anche in report e grafici. Tutte le informazioni chiave per la valutazione del rendimento dei processi aziendali che sono a supporto di decisioni per ridurre costi, migliorare la produzione, ottimizzare l'impiego di risorse.

Attraverso la raccolta e l'analisi dei dati viene inoltre gestita anche la manutenzione degli impianti. Un ambito in rapido sviluppo: tanto è più raffinata l'elaborazione delle informazioni e tanto è maggiore la possibilità di prevedere la necessità di intervenire sulle macchine. «A livello di ricerca è il settore in cui stiamo investendo di più - spiega Giustina - stiamo cercando di mettere a punto strumenti che ci consentano di costruire la storia di un certo impianto e delle modalità con cui è stato usato; nel tessile la circostanza è molto importante perché a seconda del materiale, cambia il tasso di usura e quindi l'agenda delle eventuali riparazioni».



Trenta collaboratori, Up Solutions è dal 2013 in PA Group, leader globale nell'innovazione digitale.



L'azienda ha maturato una competenza specifica nei servizi per il settore tessile

Saati e Kordsa, il monitoraggio globale degli impianti

Tra le case histories di Up Solutions c'è la collaborazione con Saati, multinazionale con base ad Appiano Gentile specializzata nei tessuti e sostanze ad alta precisione tecnica per l'utilizzo industriale. Con sedi commerciali e produttive in Spagna, Germania, Cina, Francia, Usa, India, Russia e Corea, Saati conta oggi oltre 850 operatori e dipendenti in tutto il mondo.

La collaborazione, avviata nel 2013, si è concretizzata a partire dal 2015, con il collegamento dei telai in Francia e in Italia. Particolare rilevanza nel

progetto ha avuto l'installazione di pc con schermo touch su ogni macchina.

Il sistema just monitoring a lungo termine, può apportare certamente benefici sotto il profilo economico: dal semplice risparmio sull'eliminazione di carta a bordo macchina alla gestione del magazzino, passando per la manutenzione predittiva su macchine e pezzi di ricambio.

Saati ha avviato investimenti a lungo termine per la digitalizzazione dei processi. L'obiettivo che l'azienda si prefigura sarà l'installazione del sistema, nelle

varie sedi, a completamento dei reparti di finissaggio, specole, orditura e confezionamento.

Un'altra partnership emblematica è stata per Up Solutions quella con Kordsa, leader nel settore del rinforzo degli pneumatici. Con 4000 dipendenti, quartier generale in Turchia, uffici e distacamenti fra Germania, Egitto, Indonesia, Thailandia, Brasile e Stati Uniti, Kordsa è universalmente riconosciuta nel mondo come "The Reinforcer" grazie alla sua leadership di tecnologia e mercato. Con l'azienda comasca, quattro anni fa, la multinazionale ha av-



I dati consentono di ottimizzare l'attività produttiva

viato la digitalizzazione iniziando dall'implementazione dei processi di raccolta dei dati standard, dei sistemi di consolidamento e monitoraggio dati, di Big Data tra macchina e macchina, dell'analisi di mercato.

Partendo dai dati di produzione storica ed attuale, dopo l'analisi fuso a fuso, Kordsa ottiene indicazioni e grafici sulle performance che evidenziano gli arresti delle macchine e le loro ragioni, i tempi di risposta e le efficienze. Dunque, comparando le quantità attuali e stimate, la compagnia ottiene la sua efficienza totale d'impianto. Un report che i vertici dell'azienda, nella base in Turchia, hanno la possibilità di vagliare quotidianamente.

La sostenibilità è cura delle persone I servizi della Ratti rivolti ai dipendenti

Welfare. Le iniziative sulla conciliazione vita-lavoro E dal 31 maggio stop al fumo in tutta l'area aziendale

GUANZATE
MARILENA LUALDI

Il benessere dei dipendenti, si alimenta in tanti modi. Il gruppo Ratti ha esplorato strade anche in anticipo sui tempi, negli anni scorsi e altre ne sta iniziando perché questa attenzione sia sempre più concreta.

Partendo dalla salvaguardia di uno dei beni più preziosi ai nostri giorni, proprio perché scarseggia: il tempo.

Le novità

In particolare lo scorso anno - spiega il responsabile delle risorse umane Angelo Dani - sono stati aggiunti tre servizi a favore dei propri dipendenti. Si tratta di piccoli gesti, precisa, che però vanno nella direzione di semplificazione ed entrano nel tema della conciliazione vita-lavoro, particolarmente caro alla storica azienda tessile.

«Una lavanderia interna - racconta - per cui due volte alla settimana viene un operatore di Appiano Gentile a raccogliere i vestiti che poi riporta. Questa è una piccola azione, che però fa risparmiare tempo. Eviti di andare in tintoria magari a fare la coda. Così nella tua pausa pranzo invece in cinque minuti sbrighi tutto. Con prezzi competitivi e concorrenziali: neanche si paga subito, ma l'operatore fa la fattura a fine mese e si scala dal cedolino».

Altra possibilità offerta al proprio personale: un dipendente che fa acquisti online e poi ha il problema di dove farsi recapitare perché a casa magari non c'è nessuno, può ricorrere all'azienda come "base". Buste e pacchi privati possono essere consegnati qui senza problemi: i corrieri possono lasciarli dalle 8 alle 19. Costo zero, vantaggio significativo.

Ma c'è una terza azione introdotta da poco dalla società, che ha lo stesso spirito, affrontando il tema del (poco) tempo per fare la spesa. «Il mercato a chilometro zero aggiunge Angelo Dani - Una volta alla settimana viene un'azienda agricola che porta un banchetto di frutta e verdura più altri prodotti come uova o formaggio della zona. Nessun sovrapprezzo, e si risparmia sempre in termini di tempo».

Ratti oggi ha 799 dipendenti, di cui 555 in Italia. Le donne nel totale del gruppo sono 518, quindi la maggioranza. Spesso su di loro pesano le maggiori incombenze di casa, per cui gesti come que-

sti sono ancora più benvenuti. E non sono gli unici che vengono messi in campo per aiutare.

Prendersi cura

Ad esempio c'è un progetto importante, che si chiama "Healthy work". La società ha aderito a questo percorso finanziato dalla Regione Lombardia e coordinato dal Consorzio Servizi sociali dell'Olgiatese, che vuole venire incontro ai lavoratori con problemi particolari di conciliazione della vita in azienda con quella di casa. Ciò può accadere per la presenza di figli minori, o di familiari disabili oppure ancora di anziani da dover seguire in maniera speciale.

Si possono così erogare contributi economici per rimborsare i costi sostenuti su vari fronti. Possono riguardare i servizi integrativi per minori quali nidi o centri diurni oppure estivi, o ancora per la cura delle persone con handicap e genitori over 65. Questo ha permesso di versare 7.337 euro a otto dipendenti lo scorso novembre.

Intanto proseguono gli altri servizi, come il supporto psicologico ai dipendenti, il servizio di fisioterapia interna, l'assistenza sanitaria integrativa, la donazione di re-

La scheda

La giornata di volontariato

Impresa e territorio Pulizia dell'ambiente

L'anno scorso un gesto come il defibrillatore, con Guanzate Comune "cardioprotetto". L'attenzione della Ratti è anche a favore del territorio. La prima azione in questo senso è una giornata di volontariato ambientale: dovevasi svolgere sabato 11 maggio, è stata rimandata a giugno perché si è messo di mezzo il meteo. Ma è un primo, importante passo promosso con le associazioni ambientaliste nel segno del rapporto del territorio. Che potrebbe anche portare ad ulteriori gesti in futuro, occasioni di volontariato da definire e da verificare sempre nel confronto con le organizzazioni sindacali.

All'evento di esordio - spiega Angelo Dani - hanno aderito un centinaio di persone. Siccome avviene di sabato, quindi fuori dall'orario di lavoro, ovviamente può partecipare chi lo desidera e portando anche i familiari. L'azienda compra i materiali necessari per la pulizia e anche le bottiglie d'acqua, tutto ciò che può servire per questa tappa di volontariato per migliorare l'ambiente.

gali di Natale ai figli dei dipendenti. E altri ancora, citati sempre nel bilancio di sostenibilità, come la CartAzienda di Unindustria (vale a dire convenzioni con negozi e strutture del territorio) o i villaggi vacanza (Marzotto).

Questo mese, tuttavia, vedrà accadere qualcosa di particolare, racconta Angelo Dani.

Il provvedimento
Dal 2019, infatti, Ratti ha aderito al progetto sponsorizzato da Regione Lombardia e dalle Ats e denominato Whp: workplace health promotion.

La promozione della salute negli ambienti di lavoro passa da campi anche già esplorati dall'azienda tessile, come la mobilità sostenibile e la lotta contro le dipendenze. E qui compare il doppio impegno contro il fumo. «Abbiamo preso una data, il 31 maggio, che coincide con la giornata mondiale su questo problema - osserva Dani - Ecco, da allora non sarà più possibile fumare all'interno del perimetro dell'azienda. Insomma, se una sigaretta, dovrà uscire dai cancelli in pausa pranzo. Non ci sono altri luoghi dove sarà possibile farlo».

Una svolta che interessa circa il 25% dei dipendenti Guanzate: sono infatti 130 i fumatori.

Ma non c'è solo l'aspetto del divieto: si sviluppa un'altra azione, di tipo educativo. «Abbiamo stretto un accordo con la Lilt - rileva il responsabile delle risorse umane - per organizzare incontri formativi sul fumo. Coinvolgendo tutti i dipendenti in modo libero, volontario: hanno aderito un'ottantina di persone. Così attueremo un percorso di sostegno, con screening gratuito».

L'idea - ribadisce - è proprio questa. Non soltanto proibire di fumare ma affiancare questo provvedimento al suggerimento ulteriore: capire perché è importante smettere e prendersi cura della salute propria e di chi sta vicino.

Come chiaro è l'obiettivo su tutto questo impegno a favore del welfare, dello stare bene del dipendente. Migliorare il clima dell'azienda e favorire la fidelizzazione dei talenti migliori. Oggi 224 dipendenti del gruppo hanno meno di 30 anni. Rendere loro la vita più semplice, aiuta a farli restare a lungo.

Il profilo I NUMERI

- 109,6 milioni fatturato 2018
- export 63%
- 5 milioni di metri di tessuto venduti
- 1 milione di capi finiti venduti
- 799 dipendenti nelle diverse sedi (sede centrale Guanzate e le controllate in Tunisia, Usa, Cina, Romania)
- 93,74% full time nel gruppo
- 224 dipendenti sotto i 30 anni
- 12% ricavi investiti in ricerca e sviluppo

I SERVIZI

- Lavanderia interna (senza pagamento subito ma scalando da cedolino)
- Ritiro pacchi in ditta, invece che a casa
- Mercato a km0 una volta la settimana in azienda

IN PROGRAMMA

- Dal 31 maggio divieto di fumo in tutte le sedi (comprese le aree all'aperto)



Ogni settimana l'ortofrutta a km0 per i dipendenti

Meno emissioni

Car pooling, autobus e mobilità elettrica Le buone prassi sul viaggio casa-lavoro

Il welfare si mette anche in viaggio. In questi ultimi anni Ratti ha organizzato iniziative a favore del benessere dei suoi dipendenti legate ai mezzi con cui raggiungere il posto di lavoro ogni giorno. Un altro modo per migliorare la vita, compresa quella di tutta la comunità.

Prima con un sondaggio, poi entrando nel vivo e puntando su tre formule: car pooling, bus e bicicletta per cui in prima battuta si è riusciti a far lasciare l'auto in garage a un'ottantina di dipendenti. Evitando 11.641 chili di emissioni di CO2, con ticket maturati per 3.350 euro.

La parte meno facile è stata quella relativa ai mezzi pubblici, soprattutto per gli orari, in questi anni. Ma il car pooling - più amato dai giovani - sta crescendo. Si era partiti con 20 persone. Nel 2018 si è arrivati a 15 equipaggi, quest'anno se n'è aggiunto uno e 46 persone sono coinvolte in questa formula. La bici chiama, ma molto dipende dalle condizioni meteo: la media è di 22 persone, cifra che scende in



L'ingresso della Ratti a Guanzate

inverno, ma prende quota in estate. Alla base di meccanismi come car pooling o bicicletta si è puntato sul ticket, per rendere tutto ancora più appetibile. Oltre ad altri "premi" come il parcheggio in posizione favorevole nel primo caso. Introducendo la condivisione dell'auto, si era puntato sull'incentivo di un euro con quattro occupanti, scalando poi fino a 0,50. Si spera di far crescere anche la

bici: dal sondaggio iniziale era emerso che circa 170 collaboratori avevano meno di dieci chilometri da percorrere, 80 meno di cinque. I vantaggi: si fa del bene alla propria salute, ma anche all'ambiente. Certo, c'è anche un lato da considerare: le strade non sempre il massimo della sicurezza per i ciclisti lungo il percorso.

Per avere un buon esempio, bisogna anche darlo. Ratti lo sta facendo da più fronti su questo tema. Ci sono le colonnine di ricarica a disposizione gratuita per chi possiede vetture elettriche o ibride. Ha poi raddoppiato i mezzi elettrici, arrivando a quattro, e si sta studiando un progetto per sostituire via via i veicoli diesel con altri di questo tipo, o ibridi oppure ancora con metano. Su questo aspetto del welfare si sta agendo a Como e non solo. Ad esempio, c'è un servizio gratuito di bus-navetta attivo sia per i dipendenti di Cremona sarl in Tunisia che di Textrom srl, oltre a un servizio di trasporto casa lavoro con auto aziendali in Romania.

Riservatezza e qualità La ritirata da Facebook

Il dibattito. Dopo la scelta di Unicredit: resterà un caso isolato o si aprirà una nuova fase?



MARILENA LUALDI

Bye bye Facebook e tutto ciò che vi appartiene, quindi Messenger e Instagram. Unicredit ha fatto quest'annuncio pubblico (via social) una settimana fa. E più della decisione in sé che è una strategia di comunicazione decisa da un gruppo, colpisce il dibattito che ha preso quota.

Un'azienda può abbandonare oggi un "mondo" come Facebook? O è meglio davvero riprendersi il dialogo con i clienti,

o ancora puntare su altre piattaforme? E per quali ragioni, con quali prospettive ed effetti? La rete - e non solo - si è scatenata. E sono domande che riguardano anche le nostre aziende, sempre più impegnate in una strategia social.

Vediamo però prima di tutto come Unicredit ha annunciato il completo ritiro dai canali di social media di proprietà di Zuckerberg, a parti dal primo giugno.

Ecco le ragioni pubblicate proprio su Facebook: «Valorizzare i canali digitali proprietari per garantire un dialogo riservato e di alta qualità». In linea con questo impegno, si spiega, con il mese prossimo scatta questa azione. Insomma, riservatezza e qualità sono i punti chiave esposti dalla società: la prima si lega anche ai problemi di privacy sui dati che hanno portato anche alla multa nei confronti di Facebook?

Il Sole24ore l'ha vista così: è una decisione tutt'altro che banale e destinata a fare scuola nel mondo del business. Non riguarda insomma solo il marketing, su cui si sono concentrati i commenti all'inizio, ma proprio di strategia bancaria nel retail. Gli esperti mettono in luce poi che questo passo è successivo a quello di interrompere gli investimenti pubblicitari su questi canali un anno fa, dopo lo scandalo Cambridge Analytica sul tratta-

mento riservato dei dati.

Inoltre, si sottolinea che non è proprio un caso isolato. Bisogna spostarsi in un altro settore, quello della cosmetica, però ecco che Lush ha compiuto un'azione simile. Le motivazioni fornite: «Siamo stanchi di combattere con gli algoritmi e non vogliamo pagare per apparire nella vostra newsfeed. Dunque abbiamo deciso che è tempo di dire addio ad alcuni dei nostri canali social e aprire la conversazione fra di

noi... Vogliamo che l'essere social torni nelle mani delle nostre community»

Basta con la caccia ai like si dice. Nel giro di pochi giorni, si sono scatenati 249 commenti (oltre a 287 condivisioni e più di 700 "mi piace"). Divisi tra critici - perché ritengono che così non potranno più esporre il loro problema e perplessità con possibilità di dialogo su una piattaforma importante - e applausi. Questi ultimi provengono soprattutto

L'INTERVISTA SIMONE LUCIANI.

Founder e ceo di RichClicks, agenzia di digital marketing con sedi a Milano e Londra, tra i migliori Google Premier Partner del mondo e tra i migliori quattro in Italia, specializzati in Inbound Marketing

«Uscire non serve Bisogna scegliere una strategia efficace»

Simone Luciani è comasco e vive e lavora a Londra. Dove ha fondato e guida RichClicks, agenzia specializzata nel digital marketing. Preziosa dunque la visione di un imprenditore come lui, immerso nel digitale e attento osservatore dei social network. Saggio oppure pericoloso lasciare Facebook? Nel nostro Paese attivi sui social sono 35 milioni, cresciuti del 2,9% lo scorso anno. Insomma, una popolazione in aumento, con cui è possibile comunicare. Il punto è come farlo.

Luciani, che sta succedendo? Prima ancora di Unicredit, ha annunciato questa scelta proprio nel Regno Unito Lush. Saranno seguiti da altri casi, secondo lei?
Ho visto la versione italiana di Unicredit a proposito di questa

scelta sui social, con le motivazioni di riservatezza e qualità che hanno fornito. Per quanto riguarda invece Lush, è vero che hanno parlato degli algoritmi e via dicendo, ma è un caso più grave, di reputazione di brand per una vicenda che si era svolta in Inghilterra lo scorso anno. Io ci ho anche scritto un articolo nel mio blog, sottolineando che la notizia ha destato choc non solo tra i clienti di Lush bensì nella comunità del digital marketing, ed è arrivata fino alla Bbc. Lush, ho evidenziato, stava crescendo con il suo account e vedo altre motivazioni dietro questo passo.

La campagna che fa riferimento a una passata pratica della polizia e che ha scatenato molte critiche? Sì, la "Spy Cops", spiego nel blog.

Poi è difficile controllare questo flame. Io credo che questo sia stato un motivo importante per scegliere di uscire da Facebook. Invece, il caso di Unicredit è ancora diverso.

Meglio gestire direttamente la comunicazione?
Non solo. C'è molto dibattito su questo punto e bisogna ricordare che Facebook ha da poco acquisito la licenza finanziaria. Come Apple (e la sua card) e altri brand, si è mossa per diventare banca. Entrerà nel mondo dei prestiti e così si pone un quesito: lasci a un concorrente i tuoi dati?

Quindi è una scelta che lei ritiene positiva?
Facebook però è un canale in crescita. Per quanto riguarda i

millennials, poi pensiamo all'uso di Instagram privilegiato dai più giovani.

Unicredit tuttavia non abbandona tutti i social. Ce ne sono altri su cui continua l'attività, come LinkedIn. Come si stanno differenziando, anche per le aziende, i canali?
Sono molto diversi. LinkedIn targetizza il mondo dei freelance e imprenditoriale, non necessariamente quello del consumatore finale. Twitter è legato prettamente all'informazione.

Dopo anni di crescita dei social, oggi è tardi scegliere di lasciarne, uno oppure anche di più? Diciamo che a prescindere non risolve la situazione. I dati ormai Facebook li ha a disposizione. Bisogna pensare a velocizzare il processo di digitalizzazione



«Il caso di Lush che ha deciso di abbandonare tutti i social»



«Facebook entrerà nella finanza. Ha contato?»



L'imprenditore comasco Simone Luciani

e renderli più moderni. Guardi, a Londra è nata una banca totalmente digitale. Nata dallo smartphone ha già 1,5 milioni di conti correnti in due anni. Disrupting, sta velocemente crescendo.

In Italia è nata la banca Illimity sulla scia anche dell'analisi di un potenziale mercato digitale da intercettare e su cui svilupparsi. In ogni caso, c'è un quesito chiave in questo dibattito, anche nella generazione dei commenti che si vive spesso: peggio esserci o non esserci, su Facebook? Le cito ancora Lush, visto che è stato il gruppo pioniere nell'an-

nunciare questa uscita. Un grosso brand. Hanno parlato di algoritmi e della difficoltà di comunicare con gli utenti, ma questa strategia di uscita da Facebook l'hanno adottata solo nel Regno Unito. Fuori no, si continuerà ad utilizzare. Sicuramente altri brand frutteranno questo momento. Poi è possibile che chi esce ritornerà. Comunque meglio esserci, ma con una strategia che presidiare male o con contenuti scadenti. Una strategia multicanale, lavorando quindi con tutti, sui diversi target dei canali.

M. Lu.

to da chi ritiene che vede su questo social un proliferare di posizioni e commenti astiosi, e poco documentati.

Unicredit però manterrà la propria presenza sugli altri social. Un esempio è LinkedIn, sempre più cruciale nelle scelte delle aziende. E qui fornisce qualche spiegazione aggiuntiva alla strategia. «Riteniamo che i touchpoint accessibili e reattivi, coordinati attraverso un modello di servizio 360 gradi, rappresenti il miglior modo per servire i nostri clienti. Ecco perché stiamo investendo costantemente nella valorizzazione dei nostri canali digitali proprietari per garantire un dialogo riservato e di alta qualità». Questo post si è portato a casa 1.237 consigli di lettura e un dialogo di 50 commenti. Di altro tenore, come questa piattaforma peraltro di solito mostra. Salgono le osservazioni favorevoli, e va detto che molte persone che usano LinkedIn non hanno un profilo Facebook: come viene rimarcato a più riprese nella lista di commenti. Qualcuno la definisce una scelta rischiosa e coraggiosa.

Ma in realtà qui il dibattito prospera perché molti hanno appunto condiviso la notizia, chiedendo il parere degli altri.

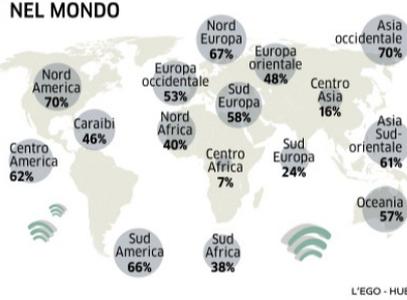
C'è chi scrive che «ascoltare la signora Maria non è obbligatorio». Chi parla di suicidio e chi invece ritiene che l'etica sia un argomento caldo oggi, quindi può essere una buona strategia anche a livello di immagine.

Tuttavia, c'è un ulteriore elemento che viene messo in luce: Facebook diventa banca, consentendo di effettuare pagamenti con Messenger e WhatsApp. Saggio affidare i propri dati a una potenziale concorrente, pur con tutta la diversità del caso?

I numeri dei social



SOCIAL MEDIA NEL MONDO



L'ANALISI ALBERTO PULIAFITO

«Si può anche non starci Ma non avvierà un nuovo trend»

social non sono segnati». Alberto Puliafito, direttore responsabile di Slow News ed esperto della gestione dei contenuti digitali, invita proprio a recuperare la "lentezza" giusta per analizzare mosse come quelle di Unicredit, o anche Lush.

Anche perché la scelta della banca non è un fulmine a ciel sereno: «Come hanno fatto notare altri analisti - ricorda - Unicredit aveva già detto un anno fa che avrebbero smesso di fare campagne sponsorizzate su Facebook». Questo dopo il caso di Cambridge Analytica, la società di consulenza politica britannica che aveva avuto accesso alle informazioni personali di 87 milioni di utenti. Quindi, il passo successivo era nell'aria: «Perfettamente coerente, rispetto a un ambiente come quello social dove a parte rari casi devi pagare per far girare i tuoi pezzi».

Puliafito invita a valutare bene il peso delle cose: «Quando ci sono simili notizie, riamplicando la notizia di un anno fa, bisogna analizzare bene. E a proposito di analisi è praticamente impossibile cogliere le conseguenze e cosa significhi in senso assoluto. Si potrà verificare tutto tra un po'... Comunque ciò

non vuol dire che c'è una nuova moda. Su una televisione, non avrebbe destato tanto clamore».

Certo, il digitale oggi spesso pare "il mondo": «Mentre in senso pragmatico mi sembra di poter dire che ci sono aziende che possono pensare di non starci».

Secondo Puliafito, al di là di questa «sbornia del digitale» il punto è che in generale un'impresa debba fare una serie di valutazioni. Se è nel suo Dna e se interessa ai clienti, ad esempio.

In ogni caso, quanto accaduto sulla privacy ha segnato Facebook, spingendolo a mettere online nuovi strumenti, che mostrano chi fa campagne e quanto spende nell'aggregato. Scelte di trasparenza e di tutela dei dati. «Lo stesso ho dovuto identificarmi con documento e numero di telefono - racconta Puliafito - per fare campagne su articoli legati all'ambiente, temi di interesse nazionale sotto elezioni».

Sul fronte banche, alcune continueranno a esserci, altre non ci sono mai state. «Se dovessi consigliare una strategia digitale - prosegue - direi di fare una bella analisi su quali canali sono usati dai clienti». E rimanendo in tema di consigli per le imprese, meglio non esserci che esserci male? «Senza dubbio - risponde - Se però poi esci, devi pensare anche che almeno li potevi canalizzare una serie di contenuti come la-



Alberto Puliafito

mentale e richieste, anche via messenger. Così rinunci ad avere informazioni di un certo tipo. Anche se è vero che puoi continuare a monitorare».

Per valutare comunque, mai gonfiare le cose, come quando si toccano argomenti come il digitale: «E bisogna per forza avere un'opinione subito. Faccio un paragone, giustamente ci si preoccupa di come si pagano i fattorini delle società di consegna del cibo. Ma allora quelli delle pizzerie locali? Questo è un problema di lavoratori tout court».

Così bisogna guardare avvedute come questa: «Semplicemente è una strategia di comunicazione. Un'azienda decide in quale canale essere e in quali non essere più. Non ci ha ordinato il medico distare in quei posti, e se ne apre uno, non sei obbligato a entrare». **M. Lusa.**

Negozi aperti la domenica, partenza a ostacoli

LUINO - Non parte col botto l'iniziativa promossa da Concofcommercio Ascom Luino: negozi aperti ogni seconda domenica del mese, dalle 10 alle 13. Unanime il parere dei commercianti che hanno sposato con entusiasmo il progetto: a non far decollare gli introiti nel giorno del debutto non sono state solo le brutte condizioni del tempo, con un forte vento che per tutta la mattina ha soffiato sul lago, ma anche le Comunioni celebrate ieri mattina, che hanno coinvolto tante famiglie del territorio luinese, e la Festa della mamma. Pochi gli scontrini battuti dalle attività commerciali, dai negozi di abbigliamento a quelli di calzature presenti in centro tra via XXV Aprile,

piazza Garibaldi, piazza Risorgimento, via Bernardino Luini, via Cairoli, via Leonardo da Vinci, viale Dante, via Vittorio Veneto e via XV Agosto. Pochi sono stati anche gli stranieri che ieri hanno deciso di trascorrere la mattinata nel paese lacustre, mentre qualche cliente affezionato ha sfruttato l'occasione dell'apertura straordinaria per fare un po' di shopping. Tanti operatori, comunque, hanno sottolineato la bontà dell'iniziativa, guardando con ottimismo alle prossime domeniche di apertura, con l'auspicio che anche i colleghi che ieri hanno tenuto chiuse le loro attività possano ricredersi e puntare forte sul commercio do-

menicale, tenendo alzate le saracinesche per qualche ora. «Tornare a tenere aperti i negozi la domenica - commentano Margaret e Tiziana, del negozio di abbigliamento Ferrario - ci riporta indietro nel tempo, quando, quindici anni fa circa, tenevamo aperto anche di sera, quasi fino a mezzanotte. I tempi erano diversi, la crisi non c'era, e il giro di affari era differente». «Una prima iniziativa da ripetere - spiega un altro commerciante Carlo Talamona - Continuare su questa strada significherebbe dare un piccolo segnale per lo sviluppo del turismo anche da parte nostra».

Agostino Nicolò
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Potrebbe cambiare la viabilità sul Piano di Magadino

I ticinesi vanno alle urne sulla strada dei frontalieri

Semafori al posto delle rotonde? Domenica il referendum

LUINO - (s.d.r.) Via le rotonde, arrivano i semafori sulla strada dei frontalieri? La parola ai ticinesi. L'elevato numero di frontalieri che dall'area del Luinese, e dal resto del nord della provincia, deve raggiungere il Locarnese o il distretto di Bellinzona per andare a lavorare, è interessata al risultato di un referendum sulla mobilità che si terrà in Ticino domenica prossima. Si andrà alle urne per confermare o negare il progetto da 3,3 milioni di franchi per sostituire tre rotonde, che i frontalieri bene conoscono, con impianti semaforici intelligenti sul Piano di Magadino, tra Cadenazzo e Quartino. Contro questo progetto sono state raccolte oltre 13.000 firme dai referendari di "Basta sprechi: no ai semafori sul piano di Magadino". La sostituzione delle rotonde con i semafori, secondo il Governo ticinese, permetterà di avere dal 30 al 50% di tempo di percorrenza in meno. Le ragioni del no al progetto votato a larga mag-

gioranza dal Parlamento ticinese sono espresse già nel tema del referendum: sarebbe uno spreco. Indipendentemente dall'esito del voto, è innegabile che proprio i frontalieri del Luinese sono, loro malgrado, una delle cause di questa saturazione stradale, ma nel contempo sono anche vittime del problema. Sia chiaro, ci sono stati anche nuovi insediamenti commerciali lungo l'asse stradale che hanno appesantito la viabilità. Il Dipartimento dei trasporti del Locarnese e Vallemaggia e i Comuni di Cadenazzo e Gamberoglio - a tre chilometri di distanza da Maccagno - hanno costituito un Gruppo di lavoro destinato a formulare e condividere ulteriori misure per gestire al meglio la situazione e contenere le criticità lungo questo asse. Sempre secondo il Governo ticinese, l'introduzione della "semaforizzazione coordinata" permette di mantenere la corsia bus esistente: la stabilità dell'orario e il ri-

spetto delle coincidenze sono un obiettivo prioritario. Un'analisi contestata dai promotori del referendum: per loro la soluzione non è nei semafori, né nelle rotonde, ma nel collegamento veloce. Il Cantone, dicono, deve concentrare le forze per accelerare i tempi di realizzazione del collegamento autostradale A2-A13. «L'alternativa ferroviaria - precisano - sarà in funzione a partire da dicembre 2020. Infatti, con l'apertura della galleria di base del Ceneri saranno dimezzati i tempi di percorrenza tra il Sopra e il Sottoceneri e dagli attuali 6.000 si passerà a 14.000 pendolari al giorno sul Tilo, con conseguente diminuzione del traffico stradale». E in questo sperano anche gli amministratori comunali di Luino che stanno lavorando al progetto Interreg "Smart Border" che mira a far lasciare l'auto a Luino ai frontalieri per prendere il treno, utilizzando altri mezzi pubblici o il car pooling.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I sabati del sociale: lavoro, occupazione, sviluppo sostenibile

Date : 13 maggio 2019

"**Lavoro, occupazione, sviluppo sostenibile**" una sfida per la società del terzo **Millennio**. È questo il titolo dell'incontro che si terrà **sabato 18 maggio** alle **20 e 45** al centro sociale ricreativo culturale "**Lena Lazzari**" (via Marconi 16) di Malnate. Interverranno don **Walter Magnoni**, responsabile pastorale sociale Milano, **Giovanni Pedrinelli**, sindacalista Cisl dei Laghi, **Gianluigi Casati**.