

Scegliere...



*Ognuno di noi è artista della propria vita:
che lo sappia o no, che lo voglia o no,
che gli piaccia o no.
(Z. Bauman)*



INDICE DEI CONTENUTI

02 Editoriale
di Antonio Finocchi

03 Cosa è successo: CeR e Carbotech
di Luigi Jovacchini

05 La sfida per le imprese italiane da Industria
4.0 a Industria 5.0
di Matteo Iubatti

08 Progetto Borghi: rigenerazione e
trasformazione in prodotto turistico attraverso
la comunità dei suoi residenti.
di Giancarlo Dell'Orco

12 Il Network
Cleto Sagripanti, Marco Di Nicolantonio

13 I Partners
Archita Engineering, Fabrizio Lupone

14 Radicalismo Digitale
Adv Media Lab

16 Proposte, consigli
Consulenza è...

17 Su di noi
Sito, video, company profile

EDITORIALE

Apriamo il primo numero dell'anno 2022 all'insegna della "scelta". Scegliere da sempre è sinonimo di rischio, nella notte dei tempi si sono succedute frasi e detti che stimolavano le scelte oppure mettevano in guardia da queste.

Il momento storico che ci circonda necessita di una consapevolezza diversa, oggi fare una scelta diventa indispensabile.

Così come Carbotech ha scelto Consulenza e Risorse come partner dopo aver scelto di iniziare un percorso di trasformazione di materiali che da scarto diventano nuove materie prime.

Oppure come Matteo Lubatti che ha scelto di accompagnare le aziende e gli imprenditori nella scelta di transizione dall'Industria 4.0 all'Industria 5.0.

O come Giancarlo Dell'Orco che accompagna nelle scelte i borghi per una rigenerazione e trasformazione di un nuovo prodotto turistico.

Il nostro network, i nostri partner, ogni giorno fanno scelte per se stessi e per i propri clienti dimostrandosi sempre più una guida ed agevolatori di business.

Anche il marketing e la comunicazione impongono delle scelte, in un panorama del tutto e subito che determina un radicalismo come ci spiega Adv Media Lab e Daniel Casarin.

La scelta dunque è un rischio? Oppure una opportunità?

Scegliere è saggio, **non scegliere è comunque una scelta**, non fatta, non ponderata.

Consulenza e Risorse è il partner ideale per l'imprenditore sovversivo, quello che non si accontenta della transizione dallo stesso allo stesso.

Nelle pagine che seguono vogliamo proporre un cammino di scelte con l'auspicio che scegliate la nostra professionalità, la nostra cultura, la nostra preparazione, per il vostro avvenire imprenditoriale.

Antonio Finocchi (General Manager - Consulenza e Risorse)

network & partners
MAGAZINE

LA REDAZIONE

Direttore

Antonio Finocchi

Management

Lucia Tincani

Luigi Jovacchini

Marketing

Vittoria D'Incecco

Hanno collaborato a questo numero

Matteo Lubatti

Giancarlo Dell'Orco

Cleto Sagripanti

Marco Di Nicolantonio

Archita Engineering

Fabrizio Lupone

Adv Media Lab

COSA È SUCCESSO

CeR: la collaborazione tra imprese è una risorsa per crescere e aprirsi all'innovazione tecnologica ... questa è una scelta!

L'ultimo in ordine di tempo è un progetto di economia circolare studiato per la Carbotech, realtà abruzzese specializzata nella produzione di spazzole in grafite, metalgrafite ed elettrografite.

Le relazioni tra le imprese hanno un ruolo fondamentale nello sviluppo dell'innovazione tecnologica, contribuendo al loro posizionamento competitivo. Soprattutto in un momento storico come quello attuale segnato dall'accelerazione del processo di trasformazione digitale, dove le materie prime hanno subito un aumento vertiginoso dei loro costi e sempre più vicino al 2030, anno cruciale per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile. Negli anni il nostro obiettivo principale è stato tessere relazioni tra realtà imprenditoriali che potessero dare il via a una crescita personalizzata nel segno dell'innovazione. Le connessioni tra imprese hanno un grande potenziale perché possono generare un forte impatto ambientale, economico e sociale e, al tempo stesso, creare reciproco profitto per le aziende coinvolte".

Ma nel concreto cosa facciamo con le imprese? Il progetto di economia circolare ideato da CeR per Carbotech

"A settembre 2020 è nata l'idea di proporre un progetto di economia circolare alla Carbotech, azienda innovativa della provincia di Teramo specializzata nella produzione di spazzole in grafite, metalgrafite ed elettrografite destinati a diversi settori, dall'automotive alle applicazioni domestiche. Tutto è nato dall'intuizione del nostro C.I.O Luigi Jovacchini e da Giovanni Sonzogni, professionista laureato in Chimica, tra i massimi esperti in Italia nel settore polimerico, che fa parte del nostro Comitato Tecnico Scientifico. In CeR ci siamo posti il problema della polvere di grafite prodotta dalla lavorazione delle spazzole, che oltre a essere un rifiuto inquinante per l'ambiente, rappresenta un costo per l'azienda che deve smaltirlo. Grazie alla **miscelazione di polvere di grafite con polimeri riciclati**, con diverse densità e volumi dei rispettivi materiali, è però possibile ottenere nuovi composti che possono essere immessi nuovamente nel ciclo produttivo".

Carbotech è oggi guidata dall'ing. Lorenzo Dattoli con cui CeR ha condiviso il progetto. Dalla collaborazione tra il team R&D dell'azienda chimica e gli esperti del Comitato Tecnico Scientifico di CeR ha preso l'avvio una fase di sperimentazione, che è alle battute finali e che ha portato all'individuazione delle campionature di nuovi materiali, nati appunto dall'abbinamento della polvere di grafite con i polimeri riciclati, che daranno un grande impulso all'attività di Carbotech sotto diversi aspetti.

Tra gli **obiettivi** che potranno essere raggiunti con il progetto di innovazione tecnologica c'è da un lato il **positivo impatto ambientale**: la realizzazione di un sistema di economia circolare migliora infatti la Carbon Footprint dell'azienda e di tutta la filiera ad essa collegata. Dall'altro c'è anche il vantaggio competitivo per l'azienda che, aprendosi a questa innovazione, ottiene nuove opportunità di espansione commerciale, oltre alla creazione di nuovi posti di lavoro legati inizialmente all'apertura di una nuova business unit per la produzione di nuovi compounds.

"Il progetto che abbiamo ideato e prototipato insieme a Carbotech potrà assumere una portata industriale a partire da settembre 2022, dopo aver testato con altre aziende esterne l'applicazione dei nuovi materiali compositi. Nei progetti futuri e collegati ci sono anche la possibile riqualificazione di un'area industriale e la creazione di una filiera produttiva più ampia, con l'inserimento nel ciclo produttivo di estrusori e di stampanti 3D - conclude Jovacchini - In caso di avvio, sarà anche necessario rendere sostenibile il progetto dal punto di vista finanziario, tenuto conto degli strumenti messi a disposizione dal Governo, come il PNRR, che sono costantemente monitorati dal team di Strategic Finance di CeR per fornire supporto alle aziende anche sotto questo importante punto di vista".

<https://consulenzaerisorse.it/sviluppare-progetto-economia-circolare/>

Luigi Jovacchini (CIO Consulenza e Risorse)

COSA VOGLIAMO CHE SUCCEDA

Innovazione & Sostenibilità: La Sfida per le Imprese Italiane da Industria 4.0 ad Industria 5.0

L'industria 5.0 si propone di affiancare ed estendere il paradigma dell'industria 4.0 per andare oltre la sua dimensione meramente tecnica ed economica. L'industria 5.0 ha le sue radici nel concetto di Industria 4.0, coniato in Germania nel 2011, ma si pone l'obiettivo di promuovere una nuova visione di un'industria umano-centrica, sostenibile e resiliente, in cui gli impatti sociali della crescita possano produrre un benessere diffuso per la società in senso più ampio. Tale concetto si sposa quindi con quello di un'industria a "emissioni zero", efficiente anche dal punto di vista energetico.

La Commissione Europea ha già pubblicato nel 2021 un dettagliato report, dal titolo "Towards a sustainable, human-centric and resilient European industry"[1], che definisce gli estremi dell'Industria 5.0 ed ha dichiarato, in più sedi, l'intenzione di sostenere questa nuova tendenza di sviluppo delle imprese con finanziamenti specifici dal programma Horizon e con tutta una serie di iniziative di comunicazione, utili a sensibilizzare e coinvolgere tutti gli attori del cambiamento. In questo report, la Commissione Europea, pone particolare attenzione sulla necessità che le imprese intraprendano un percorso di ritorno ad una nuova normalità post-pandemica, tramite **investimenti tecnologicamente innovativi** che allo stesso tempo **rispettino l'ambiente** ed i **diritti fondamentali dell'uomo**, inteso come lavoratore ma non solo.

Dopo aver da poco compreso appieno la vera essenza dell'industria 4.0, che si traduce in una produzione di "valore" tramite l'adozione delle tecnologie abilitanti, le imprese italiane si trovano quindi oggi a dover affrontare una nuova sfida, che è quella di tradurre ed applicare quello che sembra apparire un nuovo paradigma industriale. Se si legge però con maggior attenzione la definizione di Industria 5.0, data dal gruppo di ricerca istituito dalla Commissione Europea, si coglie bene che l'Industria 5.0 non rappresenta la volontà di succedere ad Industria 4.0, bensì rendersi complementare ad essa, per estenderne il paradigma nella direzione di un futuro sostenibile dal punto di vista sociale ed ambientale.

Sorge pertanto a questo punto una domanda sostanziale: **perché è necessario integrare ed arricchire il paradigma tecnico ed economico di Industria 4.0 con concetti di sostenibilità e perché le PMI italiane dovrebbero intraprendere il prima possibile questo percorso?**

Una prima risposta a tale quesito la si può ritrovare nella storia dell'Europa e del nostro Paese; sin dalla prima rivoluzione industriale, l'industria è infatti sempre stata il motore della crescita e del benessere e soprattutto ha avuto un impatto incredibile sui risvolti sociali, al punto da costringere i governi a legiferare misure capaci di mitigare i possibili effetti negativi dello sviluppo economico-industriale. Un cambiamento così "radicale", come quello introdotto da Industria 4.0, intrapreso da tante imprese, sta ad esempio generando, in molti casi, la paura e la diffidenza del lavoratore di fabbrica nei confronti del progresso della tecnologia e pone l'imprenditore di fronte ad un bivio: agire in maniera speculativa, privilegiando esclusivamente il profitto, oppure agire in maniera responsabile, tenendo anche conto di aspetti economici, sociali ed ambientali che ne derivano.

Viviamo giorni complessi, in cui la pandemia Covid-19 ha evidenziato in maniera spietata tutti i limiti del modello industriale globalizzato, soprattutto in termini di resilienza, laddove le catene di approvvigionamento si sono sgretolate in un istante quando la produzione di determinati componenti è stata delocalizzata in un'unica regione del mondo, incapace di sostenere i ritmi di produzione e i tempi di fornitura richiesti. Diventa quindi sempre più essenziale **fare proprie le nuove tecnologie ma con una sensibilità nuova**, orientata ad una visione umano-centrica. La vera ricchezza per le imprese è il know how e le competenze che esse detengono e le risorse umane in questo svolgono un ruolo chiave. L'azienda di domani dovrà pertanto assistere l'uomo nelle sue funzioni e farlo in maniera sicura e trasparente, rispettando i diritti fondamentali del lavoratore, la sua privacy, la sua autonomia e la sua dignità, senza discriminazioni di genere, etnia ed età ed inoltre dovrà assicurare all'uomo una rinnovata competitività nel mercato del lavoro, puntando su iniziative di re-skilling e up-skilling, utili a garantire le competenze indispensabili per gestire le nuove applicazioni tecnologiche.

A tutto questo si affianca, come tutti sappiamo, la crisi mondiale del "global warning" che ci mette in guardia sugli effetti che lo sfruttamento intensivo delle risorse è capace di produrre nei cambiamenti climatici, con conseguenze anche drammatiche per le società che vivono sul pianeta. **La direzione di un'industria sostenibile dovrà quindi fare propri quei principi di economia circolare, riuso e riciclo del nuovo paradigma Industria 5.0**, per ridurre l'inquinamento e lo spreco di risorse, attraverso il contenimento dei consumi energetici e l'uso delle fonti rinnovabili.

Infine, Industria 5.0 si pone l'ulteriore obiettivo di rendere più solida, nel complesso, la produzione industriale, per evitare le problematiche che gli inevitabili momenti di crisi a livello geopolitico o naturale finiscono inevitabilmente per generare a livello globale. Per raggiungere questo obiettivo è necessario ripensare profondamente la catena di valore delle forniture, grazie a modelli di produzione realmente capaci di produrre in funzione della domanda, oltre a privilegiare l'azione dei comparti locali.

Per tutto questo non servono nuove tecnologie o l'applicazione di nuovi concetti, bensì servirà **utilizzare il percorso di innovazione**, già intrapreso in ottica Industria 4.0, con una visione più ampia e trasversale, sfruttando le tecnologie abilitanti per un maggior coinvolgimento del lavoratore e per dissimulare i fenomeni di alienazione e diffidenza nei confronti del futuro della produzione, con una particolare attenzione all'uso efficiente e consapevole delle risorse e alla sostenibilità della fabbrica nel mondo e nella società di domani.

BIBLIOGRAFIA

[1] Industry 5.0 - European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Breque, M., De Nul, L., Petridis, A., Industry 5.0 : towards a sustainable, human-centric and resilient European industry, Publications Office, 2021

[2] Enabling Technologies for Industry 5.0 - European Commission, Directorate-General for Research and Innovation, Müller, J., Enabling Technologies for Industry 5.0 : results of a workshop with Europe's technology leaders, Publications Office, 2020

Ing. Matteo Iubatti (CEO Archita Engineering)

COSA VOGLIAMO CHE SUCCEDA

Progetto Borghi: rigenerazione e trasformazione in prodotto turistico attraverso la comunità dei suoi residenti.

Ci sono alcuni piccoli territori della nostra “Bella Italia” immuni dai grandi cambiamenti e che conservano quell'autenticità che li contraddistingue. In tutte le provincie Italiane molti sono i “Borghi”, i “Centri Storici”, le “Frazioni” che compongono gli **ingredienti principali della bellezza unica del nostro territorio**. Sono quelli che noi chiamiamo "piccoli paesi" o "borghi" dove i cambiamenti tecnologici e sociali faticano ad arrivare perché queste località si trovano fuori dai grandi traffici e scarsamente collegate da infrastrutture fisiche e immateriali. Tutti questi piccoli territori **si possono trasformare in micro-destinazioni turistiche** organizzate per andare incontro alle nuove tendenze di mercato in cui sempre più spesso non è l'offerta di ospitalità turistica a cercare la propria domanda ma viceversa. Una domanda turistica decisamente più orientata ad un mercato nazionale, di prossimità, con tre o quattro ore di percorrenza al massimo ed attività di escursionismo giornaliero. Siamo davanti ad un processo di evoluzione e mutazione della domanda turistica e non possiamo pensare a un ritorno al passato. Molte cose sono già cambiate ed alcune di queste resteranno così anche in futuro. Questo radicale cambiamento ci mette di fronte nuove sfide, tra cui anche quella di **integrare meglio il turismo nel sistema economico**, qualificando le risorse umane, l'imprenditorialità innovativa, le dotazioni tecnologiche, i patrimoni relazionali, i contributi alla qualità dei luoghi ed alla sostenibilità. Si conclude il secondo anno di questa infinita pandemia, che entrerà di diritto nei libri di storia. In poche settimane è riuscito a fermare tutto il settore travel a livello mondiale azzerando arrivi e obbligandoci a ricalcolare ed identificare i nuovi flussi turistici della stagione appena trascorsa e delle future stagioni che ci attendono.

Un borgo non diventa una destinazione turistica perché è bello e neanche perché ha una storia eccezionale alle spalle. E non lo diventa neanche se viene promosso con ostinazione sui social network o in televisione. Diventa un prodotto autonomo quando dispone di prodotti e servizi che ne strutturano la fruizione e contribuiscono a crearne un'economia.

Progetto Borghi è patrocinio Mic (Ministero della Cultura) Mipaaf (Ministero delle Politiche Agricole Alimentari E Forestali) è strutturato in due segmenti:

Azione Locale - Prototipo Operativo di rigenerazione alberghiera ed extra alberghiera e destination management che stiamo replicando in diversi territori italiani. Sviluppare un **piano di marketing territoriale** prima di approdare alla gestione di un **piano strategico provinciale o regionale**. Imparare a governare turisticamente un quartiere, un borgo, un comune, ci permetterà di replicare la metodologia e di governare su aree più vaste. (allegato presentazione piano di marketing territoriale)

Azione Nazionale - Piattaforma Digitale Permanente che ha l'obiettivo di mettere a confronto tutte le realtà coinvolte nella riattivazione economica e sociale di questo patrimonio. **Facilitare l'incontro di progetti, idee, finanziamenti, opportunità e nuove professioni per giovani e professionisti**. Svolgendo un ruolo di raccolta e di collante fra le varie realtà frammentate sul territorio nazionale.

Cosa Facciamo: **Sviluppo tecnico di destination management per la trasformazione di un borgo, frazione o centro storico in prodotto turistico organizzato** che coinvolge soggetti privati, soggetti pubblici e comunità residente. Che cosa intendiamo per sviluppo e trasformazione dei Borghi in prodotto Turistico Organizzato : ovvero la **capacità di mettere insieme le unità abitative destinate al ricettivo extra alberghiero** già presenti, la mappatura socio economica del Borgo le infrastrutture, le strutture, i servizi ecc ma soprattutto la comunità che diventa la linfa di sviluppo nel costruire e sviluppare un **ecosistema locale** in grado di gestire i servizi, l'intrattenimento e le esperienze turistiche da vivere sul territorio.

Modello Prototipato: prettamente turistico che vede comunque alla base il coinvolgimento della comunità in ogni borgo dove si sviluppa il piano di marketing c'è un gruppo di residenti, un coordinatore locale, che io accompagno, offrendo formazione, strumenti online e offline per proseguire lo sviluppo a medio lungo termine. Ci sono alcuni processi immediati che necessitano un tempo operativo che va dai cinque ai sei mesi (mappatura, omogeneità dell'accoglienza, gestione dell'accoglienza, informazione, formazione, prodotti turistici...ecc) e processi a lungo termine ovvero come sarà il borgo fra cinque anni (ristrutturazioni, ampliamento dell'offerta, apertura di nuove attività commerciali, rigenerazione e nuove modalità di abitare, sviluppo agricolo, immobiliare, sociale. ecc)

Quando parliamo di innovazione è fondamentale evidenziare quella tecnologica oramai indispensabile e fondamentale per l'informazione, la digitalizzazione, la fruizione dell'offerta turistica regionale e nazionale. Ma va anche sviluppata **un'innovazione di tipo sociale partendo** da un concetto base che esistono diverse comunità all'interno dello stesso territorio. Le diverse comunità di un territorio sono: giovani studenti, associazioni locali, professionisti locali, imprenditori locali, amministratori locali, cittadini residenti che dialogano, pensano, agiscono, comunicano... in modalità diverse per età, professione, stato sociale e ruolo professionale, pur condividendo gli stessi interessi o le stesse scelte in ambito Turistico.

Quello che realmente serve è un **coordinamento al processo partecipativo di innovazione sociale** che stimoli la comprensione del cambiamento, che elimini le conflittualità tra i residenti e generi un senso di comunità e collaborazione per fare questo bisogna dialogare con le comunità in modalità diverse per raggiungere un unico obiettivo. Da sempre si parla di fare rete, sviluppare sinergie sul territorio tra gli attori della filiera turistica locale. Questo è un lavoro complesso che necessita competenze, tempo e perseveranza ma che si può fare, tutti siamo in grado di farlo, non tutti sono predisposti ma chi lo è deve solo imparare a farlo Piano di Marketing Turistico Territoriale (Alberghiero o Extra Alberghiero e Destination Management) Titolo : "Accoglienza Turistica Diffusa per un Turismo Esperienziale ad Approccio Partecipativo"

Progetto Borgo di Buriano , Borgo di Caldana, Borgo di Roccastrada, "Accoglienza Turistica Diffusa per un Turismo Esperienziale ad Approccio Partecipativo.

Lo sviluppo dei Borghi non è stato affatto automatico ma si è realizzato grazie all'impegno degli organi pubblici, dal desiderio e volontà dei privati, proprietari degli immobili, dalle competenze messe a disposizione e da una strategia che ha voluto fortemente trasformare i borghi in prodotto turistico, valorizzando le risorse materiali e immateriali del territorio. Sono stati utilizzati sia strumenti online che strumenti offline necessari sia a tracciare il percorso che si sta affrontando da circa due mesi, ma anche strumenti di condivisione con le comunità per far meglio comprendere le attività e conoscere come ogni singola persona, singola idea, singolo contributo al progetto possa essere utile ad uno sviluppo sostenibile utilizzando una creatività ed un'intelligenza collettiva. La comunità che diventa la linfa di sviluppo nel costruire un ecosistema locale in grado di gestire i servizi, l'accoglienza, l'intrattenimento, i contenuti e le esperienze turistiche.

Tra gli obiettivi: ripopolare case, vie e botteghe, attirando nuovi abitanti e sviluppando un ecosistema in grado di unire tradizione e innovazione.

Il merito di questa rigenerazione e trasformazione va anche alla volontà dell'amministrazione comunali e ci auguriamo che possa essere di buon esempio ad altre amministrazioni sul territorio nazionale per la definizione di un'offerta di prodotto turistico omogeneo. Hanno **colto l'opportunità**, infatti, in questo momento, per essere più vicina alle persone, per sviluppare un progetto di rigenerazione e trasformazione in prodotto turistico che si aggiungerà all'offerta di turismo balneare e sportivo già presente sui territori comunali.

La vera opportunità sta nello sfruttare questo tempo che ha fermato il settore per sviluppare nuove idee, nuovi prodotti per rispondere ad una domanda turistica che è già cambiata.

Farsi trovare pronti per la ripartenza!!!

Crederci nelle persone e nelle comunità come base di un nuovo ecosistema turistico, aiutare chi sul territorio già opera per ottenere nuove competenze e iniziare a costruire un futuro in quelle aree interne, luoghi abbandonati, aree poco considerate turisticamente iniziando a sognare, immaginare e, a volte, inventare nuove opportunità verso un turismo di comunità, più sostenibile e più inclusivo.

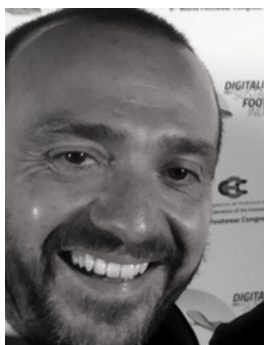
Giancarlo DellOrco (Destination Manager)

IL NETWORK

Le competenze dei membri del nostro Comitato Tecnico Scientifico

network & partners magazine

12



CLETO SAGRIPANTI- Innovazione Shoes & Accessories

Ho sempre creduto nel network e con Consulenza e Risorse mi sento tra belle persone che condividono, prima di tutto, questo valore per me così importante.

La mia passione è per lo sviluppo commerciale di brand della moda ed il tempo insieme alle diverse esperienze svolte all'interno di importanti aziende del fashion system mi hanno permesso di costruire un importante network di buyers (oltre cinquemila), manager di prima linea di marchi worldwide, stilisti ed uffici stile, collaboratori worldwide sul territorio, aziende di filiera nelle supply chain in ogni angolo del mondo.

Ricordo una recente esperienza con un brand del lusso: con la creazione di un prodotto che conteneva il tema stilistico icona del brand abbiamo lanciato il brand worldwide nelle più belle vetrine di oltre 85 paesi nel mondo. In breve tempo grazie anche al network.

Il network per me è molto importante anche in ambito associativo dove grazie ad incarichi prestigiosi, nazionali ed internazionali, ho avuto la fortuna di incontrare imprenditori, manager, professionisti con forte competenze ed una passione, per me molto importante, per le persone e le relazioni umane.



MARCO DI NICOLANTONIO - Finanza P. A.

Laureato in Economia Politica, con diverse esperienze nella pubblica amministrazione e in Società in house,

con una decennale esperienza nell'assistenza alle PMI su progetti di innovazione finanziati con risorse regionali e/o nazionali.

Dal 2004 rivesto il ruolo di amministratore comunale in un piccolo centro della Provincia di Pescara e negli ultimi anni mi sono specializzato nell'assistenza tecnica per i Comuni su tematiche inerenti i Fondi per le Aree Interne e i Bandi dell'Agenzia per la coesione territoriale.

Ho conosciuto CeR perché nel 2021 sono stato uno dei 7 studenti a conseguire il primo Master Universitario in Blockchain economy presso l'Università G. D'Annunzio di Chieti-Pescara, Master co-finanziato da Consulenza e Risorse.

Da sempre alla ricerca della formazione continua, di nuove sfide e di nuove opportunità. In CeR mi occuperò di progetti nell'ambito della Pubblica Amministrazione.



ARCHITA ENGINEERING

Archita Engineering s.r.l. nasce nel 2013 dalle esperienze dei soci fondatori, formati inizialmente in ambito universitario, consolidatesi in imprese di spessore internazionale e poi convogliate nel settore della finanza agevolata e consulenza d'impresa. Archita Engineering s.r.l., nel 2014, ottiene il riconoscimento ad ESCO (società di servizi energetici) presso il GSE, entrando così a pieno titolo nel mercato dei servizi energetici alle imprese e completa tale iter di accreditamento nel 2016, con la certificazione UNI CEI 11352:2014 e la UNI ISO 9001:2015.

Oggi, Archita Engineering s.r.l. opera su tutto il territorio nazionale, operando nei settori dell'Energia, della Sicurezza sul Lavoro, del supporto alla R&S ed Innovazione e della Legalità d'Impresa, ponendosi l'obiettivo di portare competenze qualificate agli imprenditori, accompagnandoli nei loro progetti di innovazione, sostenibilità e crescita.

Lo staff tecnico di Archita Engineering è composto da "consulenti in innovazione", cioè da professionisti che sanno integrare, con estrema cura, competenze varie, fornendo risposte utili, chiare ed efficaci, per rendere i propri clienti sempre più competitivi e concorrenziali.



FABRIZIO LUPONE - DOC PAPERLESS

FABRIZIO LUPONE - Esperto di digitalizzazione dei processi/documenti e di identità digitali.

Titolare di uno studio professionale di consulenza e formazione in materia di digital compliance per la digitalizzazione dei documenti, dati e processi delle organizzazioni private e pubbliche.

Dall'incontro con Luigi Jovacchini, CIO e co-founder di CeR, nasce una sinergica collaborazione che mira a supportare le aziende nella digitalizzazione dei propri processi documentali, proponendosi come un centro di competenza e consulenza direzionale che possa affiancare le imprese nella conoscenza e attuazione degli strumenti di validazione che abilitano la digitalizzazione come i documenti informatici, le soluzioni di firma elettronica semplice avanzata e qualificata, la datacertazione elettronica, la conservazione digitale, la fatturazione elettronica, gli ordini e ddt elettronici NSO, etc.

Il valore strategico dell'offerta consulenziale e formativa nasce dalla massima specializzazione di CeR nell'implementare e rendere sostenibili i progetti di ricerca, sviluppo e innovazione e dall'esperienza e la competenza di Fabrizio Lupone in ambito normativo, di processo, organizzativo e tecnico sulle tematiche relative alla digitalizzazione e dematerializzazione dei processi e dei relativi dati e documenti di diversa natura (fiscale, civilistica, lavoristica, aziendale, etc.), supportando anche il ruolo di Responsabile della Conservazione a favore di imprese e studi professionali.

RADICALISMO DIGITALE

L'universo digitale che si sta creando non è un datum, esiste grazie all'evolversi dell'esistenza dell'uomo e di quello che sta creando. Per questo motivo la questione del digitale necessita di una guida, e la guida deve essere un'entità pensante in grado di **comprendere l'universo ormai dischiuso**, capace di giudizio. Fatto non del tutto scontato, anzi. Proviamo quindi a **guardare veramente negli occhi l'accelerazione digitale**, con i nostri occhi, se pure già in parte cambiati, nella percezione, dalle tecnologie.

Leggerezza

Internet non concretizza per le aziende l'egualitarismo privo di ogni gerarchia. Per le aziende Internet non è rapporti orizzontali, acefali. Scartiamo però ogni illusione: la stragrande maggioranza delle imprese pensa di operare nel digitale in modo più o meno efficace, testando, apprendendo o facendo affidamento su team interfunzionali.

Osservando con maggiore attenzione si scopre invece tutt'altro. **Il contrario dell'agilità.** Il marketing spesso ha un supporto solo parziale dall'ufficio commerciale, IT o finanziario (per cui ad esempio le allocazioni di investimento sono rallentate). Oppure i partner tecnologici o le aziende di consulenza che supportano queste imprese non sono in alcun modo allineati o non hanno la benché minima comprensione o necessità di doversi muovere con i propri clienti rapidamente.

Prospettiva e prassi

In poche parole: **se non sei agile fino in fondo, allora non lo sei in nessun modo** e per le aziende che competono in questo momento storico sul mercato, questo è un serio problema. **Ne hai reale coscienza?** Per chi applica **l'agile marketing** è facile ottenere ricavi aumentati sullo stesso segmento e linea di prodotto fino a quattro volte. Anche le organizzazioni che ritenevano di avere un team marketing esperto, si sono viste aumentare le entrate del 20-40%.

In uno scenario di civiltà alla Spengler puramente tecnologico, o come affermato da Barnett: il digitale è il destino. Non c'è né ieri né domani, e nemmeno oggi. C'è solo l'adesso. Questa è l'essenza della dromocrazia (Paul Virilio): **l'accelerazione continua.** E se abbiamo un atteggiamento troppo critico e passatista verso il digitale non siamo che decadenti e smobilitanti.

Non è il tempo di indietreggiare, oggi dobbiamo cavalcare la tigre.

Daniel Casarin (CEO Adv Media Lab)



LE VOSTRE PROPOSTE

In un network che si rispetti è importante ricevere proposte e consigli da parte di tutti, per crescere, per migliorarsi ed intraprendere anche strade nuove. Abbiamo pensato di realizzare un modulo semplice con il quale puoi contribuire anche tu.

Prenderemo in attenta considerazione tutto ciò che verrà condiviso e, nel caso attueremo la tua proposta, sarai coinvolto in prima persona.

Clicca [qui](#) per accedere al modulo.



CONDIVIDIAMO LE RELAZIONI

Una delle peculiarità di un network è la condivisione delle relazioni, dei clienti, dei rapporti.

Costruire nuove relazioni è un fondamento imprescindibile basato sul dare prima ancora dell'avere.

Di seguito trovi il link che potrai utilizzare se vuoi condividere le tue relazioni a vantaggio di uno sviluppo comune per i tuoi clienti.

Clicca [qui](#) per accedere al modulo.

CONSULENZA È...

Il nostro metodo per crescere insieme



DECIDI DI CRESCERE

Le nostre regole economiche devono saper coniugare crescita, protezione sociale e attenzione per l'ambiente.

La rivoluzione digitale sta cambiando in profondità i nostri stili di vita, il nostro modo di produrre, di commercializzare e di consumare.

L'impresa, la sostenibilità, l'innovazione tecnologica e digitale sono temi molto cari a noi di Consulenza e Risorse.

L'innovazione non è un fiore, semmai un frutto, "se vai tanto distante fino a dove riesci a vedere, allora vedrai abbastanza per andare ancora più distante" (Wooden)

Oggi un grande vantaggio competitivo delle aziende è dichiarare guerra alla "mediocrazia".

Dacci la possibilità di offrirti una consulenza ed illustrarti il nostro metodo sposandolo con i tuoi obiettivi aziendali.

Compila il modulo che troverai [qui](#).

SU DI NOI

Per qualche informazione di più:

[Visita il nostro sito](#)



[Guarda il nostro video](#)



[Sfoggia il nostro company_profile](#)



network & partners
MAGAZINE

LA REDAZIONE

Direttore

Antonio Finocchi

Management

Lucia Tincani

Luigi Jovacchini

Marketing

Vittoria D'Incecco

Hanno collaborato a questo numero

Matteo Iubatti

Giancarlo Dell'Orco

Cleto Sagripanti

Marco Di Nicolantonio

Archita Engineering

Fabrizio Lupone

Adv Media Lab