

A BOLOGNA PER FARE E-BUSINESS

LA FACCINA SORRIDENTE si può mandare al boss? E al collega? A un sottoposto? L'etichetta sull'utilizzo degli emoticon sul lavoro è un terreno sdruciolevole. Non essendoci un codice di comportamento, si naviga a vista seguendo l'istinto. Ma gli "smiley" dilagano e la società di ricerca del personale americana Robert Half ha domandato a 300 dirigenti d'azienda cosa ne pensassero delle "faccine" nella corrispondenza di lavoro. Risultato? Uno su cinque le trova divertenti, accettabili per il 41%, ritenute «sciatte» dal 39%. Diciannove dipendenti su 100 ne usano abitualmente sul lavoro, 26 ne farebbero a meno e un terzo le detesta. Tutti, però, concordano nel dire che l'emoticon è ormai un aiuto in grado di dare a un testo scritto una certa intonazione, un sentimento, un'emozione, per sopperire alla carenza del faccia a faccia, sempre più raro nell'era del lavoro da remoto. È anche se un'istituzione in materia d'etichetta come l'Emily Post In-

stitute è sprezzante al riguardo («da non usare, negli affari suona infantile»), per chi lavora comunicando via mail, Skype, Facebook o Slack (la nuova chat professionale lanciata da Apple) gli emoticon sono diventati un mezzo di lavoro. Ma bisogna sapere quali è meglio usare.

Yoox Net-a-Porter (Ynap), colosso italiano nella vendita online di moda, ha cercato in lungo e in largo giovani talentuosi capaci di coniugare stile e digitale. Ma la ricognizione è stata un buco nell'acqua: scuole e università (italiane e non) faticano a integrare lo studio tradizionale con il digitale, così come vorrebbero le aziende, che hanno fame di web analyst, web marketing specialist, big data specialist, ecommerce manager, online store manager e site manager. Così, insoddisfatto dalla scarsa preparazione dei giovani, Ynap ha lanciato nel capoluogo emiliano

il Cde, Center for Digital-Business Education, primo centro d'Europa per la formazione manageriale sul business che sposa il digitale. Il polo è nato grazie alla partnership tra la [Bologna Business School](#), ovvero la scuola di management dell'Università di Bologna, e altre società prestigiose come Boston Consulting Group, Google, GroupM, Ibm e Wpp che hanno messo a disposizione il proprio know how. Le iscrizioni al primo master in E-Business scadono il 15 settembre, ma c'è tempo fino a ottobre per il corso in Digital Commerce. A dicembre c'è il termine per i master in Marketing, Communication & New Media e Data Science. Il centro organizza anche percorsi di formazione lavoro per ragazzi delle superiori in aziende italiane e inglesi per acquisire conoscenze digitali nel mondo del lusso. **G.R.**

12

STAGE IN 10 AZIENDE:
C'È ANCORA TEMPO
FINO AL 30 SETTEMBRE
PER CANDIDARSI
ALL'INIZIATIVA DI D
PER I SUOI 20 ANNI
20ANNID.REPUBBLICA.IT

