

Djokovic, gli sponsor vacillano. Lacoste chiede incontro urgente al tennista



STEVEN PASCHI/FRESS ASSOCIATION/AP

Nei giorni scorsi, mentre il caso Djokovic prendeva forma, scrivevamo di come gli sponsor della stella serba non avessero preso posizione. Una situazione abbastanza anomala. Anche perché l'immagine di un brand, associata ad un personaggio catalogato ormai no vax a livello globale, non ne esce sicuramente rafforzata. Anzi.

Lacoste con Nole dal 2017

E allora il silenzio degli sponsor di Djokovic era sembrato a tutti abbastanza maldestro. Almeno fino a lunedì 17 gennaio. Perché proprio ieri, la Lacoste – azienda francese fra i main sponsor del tennista serbo – ha fatto sapere di voler parlare con Djokovic «il prima possibile». Il brand transalpino, fondato nel 1933 proprio da due tennisti, è con Djokovic dal 2017. Il tennista numero 1 al mondo indossa, in ogni

competizione, il kit da gioco firmato Lacoste: maglia, polsini, pantaloncini e calzini. E anche il berretto, quando ne fa uso. Rimangono fuori solo le scarpe, per le quali Djokovic sceglie da sempre il marchio Asics.

Gli altri sponsor

Altri sponsor di Djokovic includono la casa automobilistica Peugeot, il marchio di orologi di lusso Hublot e il creditore austriaco Raiffeisen Bank International. Dalle sponsorizzazioni, secondo Forbes, il leader della classifica ATP incassa circa 30 milioni di euro all'anno. Ma la storia del vaccino e il caso Australian Open, adesso, potrebbero avere un impatto importante. Dopo l'imbarazzo dei primi giorni, come dicevamo, è stata la Lacoste a infrangere il muro del silenzio. «Il prima possibile, ci metteremo in contatto con Novak Djokovic per capire analizzare quanto successo in Australia» hanno fatto sapere dall'azienda, di proprietà della svizzera MF Brands. Non è chiaro quali possano essere le conseguenze, ma è un primo sasso nello stagno.

La vicenda australiana

Djokovic, giova ricordarlo, era entrato in Australia con un'esenzione medica dall'obbligo di vaccino, ma il suo visto iniziale era stato annullato. Successivamente aveva provato, con dei ricorsi, a rimanere nel Paese per poter competere per il 21esimo titolo del Grande Slam. Ma la sua battaglia legale, alla fine, l'ha persa. Ed è stato espulso dall'Australia, uscendone anche decisamente sconfitto dal punto di vista dell'immagine, con una serie di vicissitudini legate a mancate quarantene.

Anche il Roland Garros a rischio

Ora, la sua ferrea opposizione al vaccino contro il Covid-19 (espressa già nel 2020), diventa un bel dilemma per gli sponsor. Anche in virtù del fatto che l'Australian Open

potrebbe non rimanere un caso isolato. Nelle ultime ore, infatti, sta prendendo quota l'ipotesi che Djokovic possa essere escluso anche dal Roland Garros. In Francia, infatti, potrebbero vietare l'ingresso ad atleti non vaccinati. E se dopo gli Australian Open, il tennista serbo fosse costretto a saltare anche il torneo parigino, per gli sponsor non sarebbe un grande affare.

Auto: l'Aci è la prima Pa per engagement su tutti i social



Su 'App Io' 11 milioni iscritti a servizi Automobile Club Italia

Francia: Grenoble è ufficialmente la Capitale verde europea del 2022



La città francese di Grenoble è diventata ufficialmente la Capitale verde europea del 2022, prendendo il posto della città finlandese di Lahti. La cerimonia di apertura ha avuto luogo alla presenza del commissario per l'ambiente, gli oceani e la pesca Virginijus Sinkevičius, di Barbara Pompili, ministro francese della transizione ecologica e di Eric Piolle, sindaco di Grenoble, tra gli altri.

Il commissario Sinkevičius ha detto: "Grenoble ha guadagnato il titolo di Capitale Verde grazie al suo impegno incrollabile per creare una città più sana per e con i suoi cittadini. Spero che l'anno di Capitale verde di Grenoble dia un'ulteriore spinta alla sua leadership verde e ispiri altre città in Europa a sfruttare le opportunità dell'European Green Deal".

Grenoble si è guadagnata il titolo di capofila nella

transizione sostenibile, in particolare come prima autorità locale francese ad adottare un piano per il clima. Grenoble ha messo in atto politiche urbane per mitigare l'inquinamento e la perdita di biodiversità, come un limite di velocità di 30 km in tutta la città, rendendola la più grande zona a basse emissioni della Francia. Durante il suo anno di Capitale Verde, Grenoble sfiderà gli attori locali a impegnarsi ad agire su uno o più dei 12 indicatori per la transizione verde.

Perché Grenoble? Grenoble è stata la prima autorità locale francese ad adottare un piano per il clima, nel 2005. La città ha ridotto le emissioni di gas serra del 25% dal 2005 al 2016 e sta lavorando per una riduzione del 50% entro il 2030. Nel 2022, la città produrrà l'equivalente del consumo dei suoi abitanti in energia rinnovabile, a zero carbonio e zero nucleare. Inoltre, Grenoble affronta l'inquinamento acustico con aree tranquille designate in città e riducendo i limiti di velocità in città. Dopo aver applicato il limite di velocità di 30 km in tutta la città, la metropoli di Grenoble è diventata la più grande zona a basse emissioni della Francia. In aggiunta, è anche la prima città francese per il pendolarismo in bicicletta. La città ha raggiunto tassi di utilizzo della bicicletta impressionanti attraverso incentivi, rimborси e pedonalizzazione. Le mense scolastiche della città di Grenoble acquistano almeno il 60% dei loro prodotti localmente o da aziende biologiche (95% per i vivai). Ogni anno, il centro orticolo di Grenoble produce 3,5 tonnellate di verdure per le varie cucine del dipartimento dell'Isère.

Grenoble ha piantato più di 5500 alberi dal 2014. L'obiettivo è ora di piantare 10 000 alberi prima del 2030. La rete di calore metropolitana, la seconda in Francia dopo Parigi, utilizza l'80% di energie rinnovabili e di recupero di energia con l'ambizione di utilizzare il 100% entro il 2030. Più di 200.000 abitanti riciclano già i loro rifiuti alimentari, o lo fanno a casa per fare il compost. Infine, un marchio agroalimentare locale, ISHERE, è stato lanciato dal

dipartimento dell'Isère, che garantisce un pagamento equo ai produttori locali, un approvvigionamento locale e metodi di produzione rispettosi dell'ambiente.

Leggi il documento originale su: [Grenoble starts as 2022 European Green Capital](#)

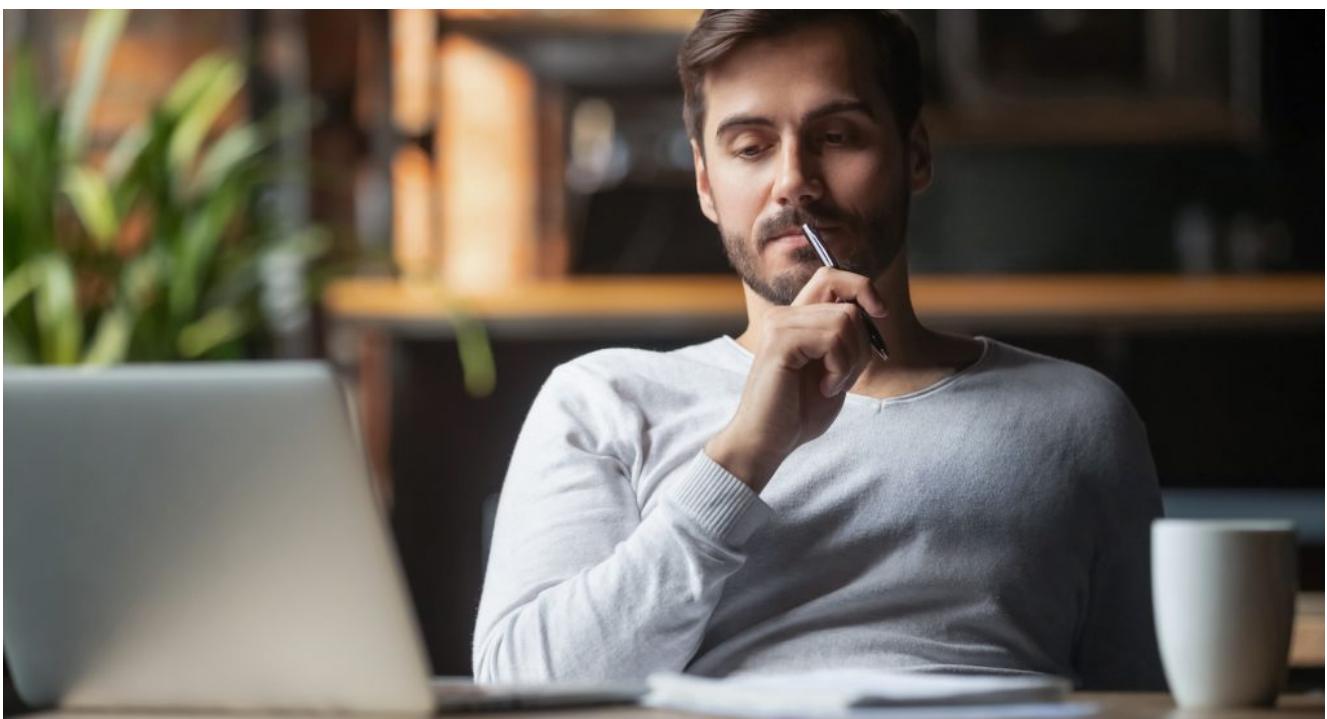
Open Innovation 2022, 5 cose che faranno le prime 50 aziende al mondo



Crescono i budget e avanzano i venture builder. Sostenibilità è la prima sfida, Silicon Valley ancora il luogo preferito per lo scouting. Ecco le principali tendenze per l'open innovation 2022 che emergono dai programmi delle prime 50 aziende del

mondo sentite in occasione dei Corporate Startup Awards di Parigi.

Perché non dobbiamo smettere di chiederci cosa vogliamo fare da grandi: l'importanza del purpose personale



Con il ritorno in ufficio e l'auspicato rilancio dell'economia dopo la lunga crisi causata dal Covid-19, si sarebbe temuto il contrario. Parliamo dell'aumento dei licenziamenti nel mondo del lavoro, anche in virtù dello sblocco che, in ultima istanza, ha riguardato le piccole e medie imprese. E invece, come abbiamo visto parlando di [Yolo Economy](#), non sono poche le persone che decidono di mollare tutto e darsi una chance come liberi professionisti.

In tutto questo, qualcosa a cui si pensa raramente – e a cui le stesse aziende dovrebbero invece prestare attenzione – è il ***purpose personale***. Parola inglese, *purpose*, che tradotta alla lettera vuol dire “scopo” e che, accostata all’aggettivo “personale”, identifica chi si è e chi si vuole essere nel mondo, e non tanto – o non solo – il proprio lavoro o la propria professionalità. Domande come “Chi vorresti diventare da grande?” o “Come vorresti che fosse la tua vita?” non sono infatti da porre e da porsi solo quando si è giovani, ma dovrebbero guidare ogni momento della propria esistenza. Ancor di più in un periodo delicato come quello che stiamo vivendo, contrassegnato da una costante incertezza.

Non basta quindi puntare su una versione di se stessi accuratamente progettata per il *personal branding* sui social e per convincere il mondo esterno di essere *content creator*, giornalisti, imprenditori, influencer, startupper e così via. Il *purpose* è lo scopo che guida la **storia personale di ognuno di noi** e che dovrebbe stare alla base di qualsiasi scelta e percorso intendiamo intraprendere. Un po’ come la vision di un’azienda, ma andando molto più in profondità. Se poi il *purpose* coincide con l’*headline* su LinkedIn o su Instagram, ben venga. Ma questo deve avvenire solo in seguito.

Perché cercare il contesto giusto

Il fotografo keniano Boniface Mwangi, durante un Ted Talk intitolato [The day I stood alone](#), ha fatto notare come siano due i giorni più “potenti” nella nostra vita: quello in cui nasciamo e quello in cui scopriamo **perché siamo nati**. E il *purpose* è legato a questo: avere uno scopo personale, o anche più di uno, porta a uscire dalla propria zona di comfort, a superare i propri limiti e a cercare il contesto giusto in cui poter raggiungere il proprio obiettivo. E, di conseguenza, ad abbandonare quelle realtà che non permettono di essere ciò che si vuole e cercarne di nuove, come

dipendenti o come freelance.

Un concetto, quello di *purpose* personale, su cui dovrebbe puntare anche chi si occupa di hr in questo momento. Se la pandemia ha sconvolto tutti, mettendo in discussione certezze consolidate, è anche vero che questo cambiamento riguarda le persone da un punto di vista molto più profondo e può portarle a compiere scelte inaspettate.

Come individuare il proprio *purpose*

Come individuare il proprio scopo personale? Partendo dalle domande giuste. Non tanto “Cosa vuoi fare nella vita?”, quanto “Quali sono le cose che ti fanno davvero stare bene?”. E per rispondere a questa domanda bisogna liberarsi dalla propria routine e da quello che gli altri si aspettano da noi. Il consiglio è di rispondere in maniera istintiva e poi aggiustare il tiro.

Facciamo un esempio: se una cosa che fa stare bene è aiutare i bambini in maniera concreta, ma questo non è centrale nel proprio lavoro né tantomeno nella propria giornata, riconoscerlo è comunque già un **buon punto di partenza**. Rispondere a questa domanda, poi, potrebbe portarci a stilare un elenco di cose su cui riflettere e da far maturare dentro di noi. Una lista da riguardare successivamente e capire se quelle cose ci rendono sempre felici.

Un'altra domanda, successiva alla prima, potrebbe essere: “Se potessi scegliere adesso il mio lavoro e i miei impegni, sceglierrei ciò che faccio attualmente?”. Il consiglio è di rispondere solo dopo aver pensato alle cose che si ama fare e aver già immaginato un proprio scopo personale. Alla luce di questo, quali impegni attuali aumentereste? Quali ridurreste? E cosa, invece, dovreste eliminare per darvi la possibilità di raggiungere il vostro scopo? E su quali nuove attività puntereste?

Queste domande non sono affatto banali: spesso riduciamo le cose che ci piace fare ai cosiddetti “tempi morti” o “ore buche”, finendo così per non farle perché la giornata si conclude, oppure perché siamo sopraffatti dalla stanchezza e dagli impegni familiari. E ciò genera molta frustrazione. Ragionare per aumentare la parte di giornata dedicata alle cose piacevoli è un ottimo modo per venire incontro al proprio *purpose*.

In questa ricerca si può chiedere anche il **supporto altrui**. Si può provare a chiedere alle persone di cui ci si fida, una volta individuato il proprio scopo: “Secondo voi lo sto mettendo in atto o mi sto prendendo in giro?”. Anche perché quello che è interessante analizzare è come gli altri percepiscono non tanto le vostre attività, ma come le portate avanti. E anche il perché.

Infine, un'altra domanda che però potrebbe lasciare spiazzati è chiedersi la mattina: “**Oggi perché mi sto alzando dal letto?**”. Se da un lato può far entrare in crisi, dall'altro la risposta può dare una forte motivazione. Anche se si lavora in un supermercato o come revisore dei conti. Nel primo caso una risposta potrebbe essere: “Per regalare un sorriso alle persone che vengono a fare la spesa”. Nel secondo: “Per cercare di aiutare aziende in crisi e, magari, fare felici le loro famiglie”. Certo, non è sempre detto sia così, ma ci si prova.

Storie di *purpose* personale

Infine, qualche esempio di purpose personale tratto da una [conversazione su Reddit](#): “Il mio *purpose* personale è aggiungere valore al mondo quando ho l'opportunità di farlo. Crescere come un emarginato mi ha portato a essere una persona che non si preoccupa molto di ciò che pensano gli altri. Penso che la mia capacità di farmi avanti, quando tutti gli altri hanno paura di farlo a causa del potenziale rifiuto, sia uno dei doni più grandi che possa fare agli altri”.

E ancora: "Il mio scopo nella vita è non smettere mai di imparare e di cercare e impegnarmi sempre in opportunità che mi portino a raggiungere questo scopo". Ora non resta che trovare il proprio scopo personale che ci aiuti a superare anche i momenti più difficili e, qualora sia necessario, ci faccia fare quel salto in più.