

# Il dilemma dei festivi: quando un commento leggero diventa polemica



Nei giorni delle recenti festività pasquali, a tenere banco sui social, in Italia, è stato un episodio che, sebbene inizialmente sembrasse innocuo, ha sollevato una riflessione profonda sul lavoro nei giorni festivi e sull'etica della comunicazione tra clienti e dipendenti. Una commessa di Golden Point, mentre svolgeva il suo turno in un centro commerciale, ha fatto una battuta a una cliente, esprimendo il desiderio di essere invece impegnata a grigliare per la Pasquetta. Quello che per alcuni potrebbe sembrare un commento leggero e informale è rapidamente diventato un argomento di discussione virale sui social media.

Il caso ha preso piede quando la cliente, percependo la battuta come una mancanza di professionalità, ha deciso di condividere la sua esperienza online. Il post è diventato virale, generando una serie di commenti che mettono in

discussione la pratica del lavoro nei giorni festivi e l'atteggiamento dei dipendenti verso i clienti.

Questo episodio solleva interrogativi su due fronti. In primo luogo, riguarda le aspettative verso i lavoratori dei centri commerciali durante i festivi. Il commercio al dettaglio, come molti altri settori, è caratterizzato da un'attività intensa durante i periodi di festa. Tuttavia, c'è una linea sottile tra la professionalità e l'umanità, e le battute informali, pur se innocenti, possono essere interpretate come segno di scarsa dedizione.

In secondo luogo, la reazione della cliente evidenzia una crescente sensibilità riguardo alla percezione del servizio al pubblico. Con l'aumento delle aspettative nei confronti del comportamento dei dipendenti, la questione si amplifica attraverso i social media, dove ogni esperienza, positiva o negativa, può diventare oggetto di dibattito pubblico. In questo contesto, le piattaforme social giocano un ruolo ambivalente: se da un lato offrono uno spazio per la libertà di espressione, dall'altro possono amplificare in modo sproporzionato episodi che, senza il risalto mediatico, potrebbero restare circoscritti.

La questione di fondo è se le battute informali da parte dei dipendenti debbano essere tollerate in contesti di lavoro così impegnativi e se, in definitiva, non stiamo richiedendo una sorta di perfezione irrealistica a chi lavora in situazioni di stress. Questo incidente, sebbene possa sembrare banale, riflette una tensione crescente tra la vita privata e quella professionale, e tra la necessità di un servizio clienti impeccabile e la realtà della vita lavorativa quotidiana.

In sintesi, l'episodio della commessa di Golden Point mette in luce il delicato equilibrio tra professionalità e umanità, invitando a riflettere su come la percezione del servizio e le aspettative dei clienti stiano evolvendo nell'era dei social media.

---

# **GOP – Studio Legale Gianni & Origoni ha avuto un ruolo negli attacchi che hanno portato al crack dell'unicorno green Bio-0n?**



Un importante studio legale italiano, Gianni & Origoni, noto nel mondo dell'alta finanza e dei white collars con l'acronimo GOP, potrebbe essere a vario titolo coinvolto nelle attività professionali e speculative che hanno poi causato il crack in borsa di Bio0n, la celebre start-up high-tech italiana caduta in default – con grave danno per i risparmiatori – a seguito della diffusione, da parte di un fondo domiciliato alle Isole

Cayman che ha speculato al ribasso, di notizie non genuine sulla sua stabilità patrimoniale e sulla sua performance industriale.

---

## **“Incolla il formaggio sulla pizza e mangia una pietra”: perché Google ci sta dando risposte assurde**



Secondo il web traffic tracker, Statcounter, il motore di ricerca di Google rappresenta oltre il 90% del mercato globale. Al di là della corsa sfrenata per lo sviluppo e l'integrazione dell'IA, l'azienda deve fare attenzione, al momento, il motore di ricerca rimane infatti il suo prodotto più prezioso.

---

# Un sintetico è per sempre... un effetto serra



I diamanti prodotti in laboratorio arrivano a costare l'80% in meno rispetto a quelli naturali. Peccato che la loro realizzazione comporta emissioni di CO2 oltre tre volte superiori

---

## Bolla greenwashing, l'Ue

# indaga su venti compagnie aeree



Venti compagnie aeree europee – tra cui Lufthansa, Air France Klm, Brussels Airlines – sono indagate dalle autorità dell'**Unione europea** per sospette pratiche di **greenwashing**, ovvero la diffusione di comunicazioni contenenti informazioni false o ingannevoli sulla **sostenibilità** a danno di consumatori, investitori e altri player del mercato aereo.

Accuse gravissime rivolte soprattutto alla **presunta compensazione** delle emissioni di **Co2** che tutte queste aerolinee da tempo vantano di adottare nella loro quotidiana operatività nei cieli europei.

Con una lettera riservata, l'Ue ha richiesto alle 20 aerolinee di presentare una **e documentazione** scientifica che dimostri la veridicità di affermazioni che sono state spesso parte integrante di comunicati stampa e comunicazioni aziendali. Di fronte a questa clamorosa azione di Bruxelles ci sono già le prime risposte: sia Air France che Lufthansa hanno infatti ammesso di aver ricevuto tale lettera con la richiesta di approfondimento e che hanno già avviato una attenta **analisi** di tutte le istanze sollevate dall'Unione europea per fornire

esaustivi riscontri scientifici.

A riprova della delicatezza dell'intera vicenda, oltre al **"no comment"** dell'Ue, che in una nota ha fatto sapere che non comunicherà ufficialmente i nomi di tutte le aerolinee finché non sarà fatta chiarezza con l'indagine, c'è la presa di posizione della associazione **Airlines for Europe (A4E)** che ha evidenziato l'importanza di fornire **informazioni trasparenti** sulla sostenibilità, aggiungendo però che occorre una tempestiva armonizzazione delle regolamentazioni nazionali nei singoli Stati membri, poiché ancora oggi vi è una inaccettabile **disparità** di normative in materia di sostenibilità.