



FRANZOSI guida il licensing di Maserati

Massimo Franzosi, 43 anni, è diventato responsabile licensing, merchandising e sponsor di Maserati. La sua esperienza più recente è di licensing & comarketing manager nel comparto Brand Promotion del gruppo Fiat. La sua assunzione alla

Maserati rientra nella strategia per accrescere valore e royalty del marchio. Giornalista professionista, Franzosi è laureato in economia aziendale presso l'Università Bocconi di Milano e insegna al master in comunicazione d'azienda U.p.a. Ca' Foscari. Ha pubblicato *Licensing: il business del marchio* per S&K editore.

SPORTOLARI country manager di UPS

Frank Sportolari è stato nominato da Ups country manager per l'Italia, contestualmente Romaine Seguin è diventato managing director per la regione Sud Europa. Sportolari, nato a Chicago, è alla terza esperienza in Italia, dove ha ricoperto le posizioni di direttore amministrativo dal 1998 al 1999 e di d.g. dal 2002 al 2004. Laureato in economia presso l'University of Illinois, Sportolari lavora per Ups dal 1986.



MORESCHINI cresce in Microsoft

Simonetta Moreschini è stata nominata direttore della divisione Enterprise & Partner Group di Microsoft Italia, si occuperà dei grandi clienti. Moreschini, laureata nel 1984 in Scienze Politiche presso l'Università degli Studi di Roma La Sapienza, ha lavorato per il Centro studi di Confindustria e Unioncamere. Proviene da Ibm dove è diventata nel tempo direttore responsabile della struttura servizi del settore pubblico per l'area Sud Europa e a.d. di Sistemi Informativi. Nel luglio 2006 è passata in Microsoft Italia con l'incarico di direttore responsabile del mercato finance.



TARTAGLINI alle vendite Emea di Infoprint Solutions

Moreno Tartaglino, 48 anni, è il nuovo vice president sales per l'area Emea di InfoPrint Solutions Company, joint venture tra Ibm e Ricoh. Tartaglino, già amministratore delegato di Infoprint Solutions Italia e managing director della Mediterranean Region, inizia la sua carriera in Sirti nel 1980 per passare ad Olivetti nel 1982. Lavora per Ibm dal 1997, dove ricopre diverse cariche.



Scrivo dunque sono

Candida Livatino
[www.livatinoCandida.it](http://www.livatino Candida.it)

Lo studio della grafia ha come obiettivo quello di scoprire la personalità di chi scrive. L'analisi grafologica del testo ci aiuta a capire come siamo, quella della firma come vorremmo essere. Qualche volta c'è coincidenza fra realtà e aspirazioni, nel qual caso la firma assomiglierebbe al testo, altre volte invece c'è una totale diversità. Oggi focalizzeremo la nostra attenzione sulla firma. Essa rappresenta il nostro "IO sociale", come vorremmo che gli altri ci percepissero. Scrivere il proprio cognome e nome è un modo per affermare se stessi, la propria personalità, la propria individualità. Rispetto al testo la firma è di solito più veloce; viene per lo più scritta di getto,

senza pensarci, senza la preoccupazione che sia comprensibile. Semmai sono gli altri a doverla decifrare. Il messaggio è chiaro: io non mi mostro, sono gli altri a dovermi scoprire. La firma è spesso personalizzata, attraverso un segno grafico che la rende unica e inimitabile. È come un'impronta digitale: non ce ne sono altre uguali. Già la posizione della firma sul foglio ci può dire alcune cose.

FIRMA A SINISTRA

Coloro che posizionano la firma sul lato sinistro del foglio sono molto legati ai valori del passato, alla tradizione, spesso anche alle consuetudini. Sono persone che si cautelano molto, poco innovative, poco propense a cambiare abitudini, posto di lavoro, amicizie. Guardano con timore, quasi con sospetto, alla possibilità di fare nuove esperienze. Evitano gli imprevisti, preferiscono ripercorrere le strade note piuttosto che sperimentare nuovi percorsi.

FIRMA A DESTRA

All'opposto coloro che firmano sul lato destro del foglio sono molto ambiziosi, desiderano arrivare alla meta il prima possibile, sono dinamici, sempre in movimento, alla ricerca di novità, innovativi e sperimentalisti. Non si fermano di fronte agli ostacoli, anzi in essi trovano gli stimoli per andare avanti. Alla base c'è il desiderio di affermare il proprio IO sociale.

FIRMA AL CENTRO

Se la firma viene posizionata al centro siamo di fronte a una persona che vive la quotidianità senza ansia, assaporando giorno dopo giorno quello che la vita le offre. È concreta, non rimpiange il passato e non si butta a capofitto verso il futuro. Ha bisogno di capire a cosa va incontro e di decidere se ne vale la pena.

L'analisi della firma non può però limitarsi al posizionamento del foglio. È altrettanto importante

la consequenzialità fra nome e cognome. È consuetudine che il nome preceda il cognome, ma non sono poche le persone che fanno il contrario. Sono soggetti che danno molta importanza alla propria famiglia, al casato, che rappresenta un punto di riferimento fondamentale, un approdo sicuro quando delusioni e incertezze prendono il sopravvento. Così come ha un significato ben preciso il fatto che nome e cognome siano legati tra loro. È tipico di chi è molto attaccato alle proprie origini, ma anche di una persona che tiene a bada le proprie emozioni e pone tutto sotto il controllo della logica. Si potrebbe proseguire cercando di scoprire cosa nasconde la firma che si avviluppa in una specie di guscio, oppure l'utilizzo delle minuscole per la prima lettera del cognome o di entrambe le iniziali. Ma di queste e altre particolarità che riguardano la firma parleremo la prossima volta.

