

Dalle fotocopiatrici alla realtà aumentata, il digitale ha rivoluzionato il nostro lavoro

Date : 23 luglio 2020

Mauro Vitiello è amministratore delegato di **Copying srl**, azienda di **Caronno Pertusella** specializzata nei servizi di gestione documentale. Dopo aver studiato informatica, è entrato nell'azienda di famiglia nel **2003**, periodo in cui l'informatica stava entrando nel modello di business dell'azienda stessa. «Da allora è cambiato tutto» sottolinea Vitiello. L'originaria attività di business, la vendita di fotocopiatrici, ancora oggi rientra nell'attività dell'azienda, ma è solo un tassello dell'attività principale.

Vitiello ha anche un ruolo nella vita associativa del territorio: è stato presidente del **Gruppo giovani imprenditori di Univa**, e attualmente è membro del consiglio di presidenza dell'Unione degli industriali.

Vitiello, qual è la mission di Copying?

«È aiutare le aziende nel passaggio dai documenti cartacei a quelli digitali, creando piattaforme documentali che possano automatizzare i cicli di gestione di questi documenti all'interno dell'azienda stessa».

In che modo questo passaggio si lega all'evoluzione del lavoro?

«Il nostro fine ultimo è aiutare le aziende a trovare il documento nel momento giusto al posto giusto per far sì che sia validato e processato. Nella famiglia Copying nel 2016 è nata una nuova attività che abbiamo chiamato "Sartorie digitali" con l'idea di diffondere la gestione documentale digitale. Per farlo occorre sensibilizzare i clienti sull'utilizzo di modalità, processi e piattaforme documentali, cercando di far toccare con mano l'utilità e i vantaggi di questo cambiamento. La nostra è una realtà innovativa che aiuta a semplificare il lavoro nelle aziende. Da qualche anno cerchiamo di essere una sorta di incubatore, grazie anche a una struttura eco-friendly, per creare società satelliti nel mondo del digitale a cui poterci agganciare per fare nuovo business. Una di queste realtà è Leviathan società che si occupa di digital marketing».

Che cosa immagina a proposito del lavoro del futuro nella sua azienda?

«L'esperienza in azienda con il digitale coordinata con altre realtà con cui già stiamo collaborando, a cominciare da Leviathan per il digital marketing e Net Frame per la realtà aumentata ci aiuterà a sviluppare un'altra struttura che si occuperà di mapping. In altre parole, svilupperemo tutte quelle che vengono definite proiezioni immersive ed emozionali. Bisognerebbe poi rappresentare l'immagine dell'azienda creando dei contenuti sia dal punto di vista interno, tramite le strutture informatiche, le piattaforme documentali e i propri dipendenti, sia dal punto di vista esterno, per tutta quella parte di pubblicazione che le aziende fanno sui siti web e sui canali di ricerca. Copying è un mondo in cui ci si racconta e il cliente viene "catturato" perché si è stati capaci di raccontarsi per ciò che si è realmente. Le aziende punteranno sempre di più a questo

obiettivo, sia nella forma di organizzazione interna, per avere più risorse e materiale da pubblicare, sia per dimostrare ai loro potenziali clienti che potranno essere in tutto il mondo».

Invece che cosa accadrà per quanto riguarda il lavoro nel suo settore e più in generale nell'economia?

«Non essendo manifatturiero, cioè non avendo un prodotto finale quale risultato dell'attività, bensì un servizio, diventa prioritario investire sempre di più sulle persone per valorizzarle e metterle al centro dell'attività. Se non si fa questo, non si sta facendo un buon lavoro. Il capitale umano è? come un brevetto, il risultato dell'azienda è? dato solo dalle persone. Le figure capaci e preparate, soprattutto nell'ambito informatico, difficilmente decideranno di farsi assumere all'interno di un'azienda, perché sono sempre più? consapevoli di avere le caratteristiche per poter intraprendere dei percorsi professionali da imprenditori o liberi professionisti. Il mondo del lavoro cambierà? molto in questa direzione. Il posto fisso, non inteso come garanzia di eventuali altre attività?, andrà? a scomparire. Una tendenza che non è dettata da un'esigenza dell'azienda, ma dalla persona stessa. La mediocrità? non sarà? più? pagata, i ragazzi di oggi sono consapevoli e non si vendono facilmente. È giusto invece pagare la professionalità?».