

N° 203 AGOSTO 2019

ARTICOLO

Il viaggio nell'innovazione
by Roberto Panzarani su Tech Economy

ARTICOLO

The Future of Choice, Selling AI
by Jonathan Low

SEGNALIAMO

Roberto Panzarani sarà il prossimo **17 agosto** a **Rio de Janeiro** per il **Master in Business and Knowledge Management** del Crie all'Ufrj (Universidade Federal do Rio de Janeiro)

Seminário sobre a gestão de inovação Londrina 29/31 agosto

Estou muito feliz com essa parceria que fizemos no Brasil com a Pucpr em Londrina para esse seminário sobre a gestão de inovação no dias 29 a 31 de agosto organizado em colaboração com Studio Panzarani.

SEGNALIAMO

AtoBe Experience Boot Camp Azrieli College of Engineering in Israel

SEGNALIAMO

Studio Panzarani & Associates abre seu escritório representativo no **Brasil**

SEGNALIAMO

È uscito il nuovo libro di **Roberto Panzarani**

“Viaggio nell'innovazione”
(Guerini e Associati editore)



SEGNALIAMO

Business Innovation Tour

CONFERENCES ON INNOVATION "CONFERENZE IN HOUSE"

ATTIVITÀ

SHARING ECONOMY con lo STUDIO PANZARANI

SEGNALIAMO

Più felici e produttivi se le ore di lavoro diminuiscono su Centodieci

Innovare il pensiero: i modelli di business in un'economia volatile su AspeniaOnline

«Il difficile? Passare dalla creatività all'innovazione» intervista a Roberto Panzarani su Business People

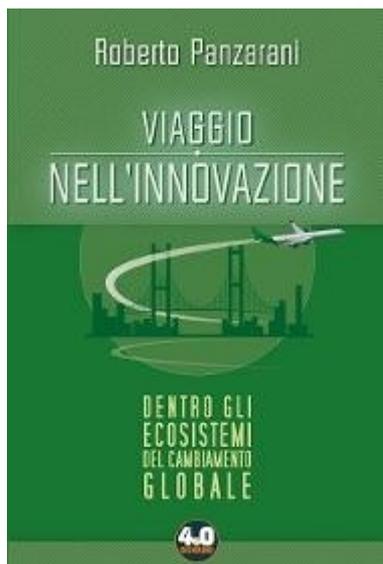
PARTNERSHIP

Studio Panzarani collabora con **MV ArtDesign**
Studio Panzarani è partner di **Global Translation.BR**



I LIBRI DI ROBERTO PANZARANI





Panzarani Roberto

Viaggio nell'innovazione
Dentro gli ecosistemi del cambiamento globale

DISPONIBILE IN LIBRERIA
A PARTIRE DAL 24 APRILE 2019

Link alla pagina

<https://guerini.it/index.php/viaggio-nell-innovazione.html>

Per acquisire una conoscenza efficace, quella più determinante per mettere in atto i cambiamenti, imprenditori e manager devono muoversi, devono viaggiare e visitare i luoghi dove nasce e si mantiene l'innovazione. Il libro parla di viaggi alla scoperta di ecosistemi che favoriscono il germogliare delle idee e delle loro applicazioni. Qui l'apprendimento presuppone la fatica e la gioia del viaggio che è di per sé un atto innovativo rispetto alla nostra quotidianità e alla nostra zona di comfort. Ma il viaggio e la visita a questi luoghi - aziende, parchi tecnologici, università, centri di ricerca, incubatori - costituiscono un formidabile acceleratore per la conoscenza di nuovi modelli di business e organizzativi che in breve tempo ci raggiungono modificando le nostre abitudini aziendali e i nostri mercati.

Con la velocità esponenziale con cui i cambiamenti evolvono, diventa fondamentale apprendere per tempo questi nuovi modelli, interiorizzarli e agirli nella nostra realtà prima che sia troppo tardi. Non basta studiare tutto ciò a tavolino; si può davvero apprendere solo andando a visitare i luoghi dove le cose accadono: dalla Silicon Valley alla Chilecon Valley, dalla Israel Valley all'Indian city of Bangalore, dal Cambridge Science Park al Science Park Berlin Adlershof e tanti altri micro luoghi dell'innovazione, innescando un processo conoscitivo che non può prescindere dal contatto fisico e dall'emozione.

Rassegna Stampa

[Il viaggio nell'innovazione](#) un articolo di Roberto Panzarani su Tech Economy
[Ecosystems of Change Are Needed To Create Successful Digital Transformation](#) Sonia Montegiove

interviews Roberto Panzarani in Ingenium on The Low Down Blog di Jon Low

[Alla ricerca dell'innovazione](#) un articolo di Roberto Panzarani sul sito Manageritalia

[Book Review – Viaggio nell'innovazione](#) di Claudio Rossetti su Open Talk IIT

[Innovation as a journey: an interview with Roberto Panzarani](#) su Ingenium Magazine

[Il primo "viaggio" per costruire un'Italia diversa deve cominciare dentro di noi](#), recensione del libro

Viaggio nell'innovazione a cura di Massimiliano Cannata su CyberSecurity

[L'innovazione come un viaggio: intervista a Roberto Panzarani](#) su Ingenium Magazine

A Live Social Roberto Panzarani parla del suo nuovo libro [Viaggio nell'Innovazione](#) di Guerini & Associati Editore

[La cultura dell'innovazione, unico antidoto contro la crisi del sistema](#) su Eurispes.it

[Roma e le smart cities](#) intervista a Roberto Panzarani su Radio Roma Capitale

[Innovare il pensiero: i modelli di business in un'economia volatile](#) su Aspenia online

[Viaggio nell'innovazione. Dentro gli ecosistemi del cambiamento globale](#) intervista a Roberto Panzarani su Rai Cultura Economia

[Come costruire un'ecosistema dell'innovazione](#) intervista a Roberto Panzarani sulla Rivista Cybersecurity Trends

Viaggio nell'innovazione (editore Guerini) a Start Up e Lavoro del TG1

Il viaggio nell'innovazione

by Roberto Panzarani su Tech Economy

Original post: <https://www.techeconomy.it/2019/07/18/il-viaggio-nellinnovazione/>



Il viaggio nell'innovazione significa uscire dalla zona di comfort per fare un'esperienza diretta con quella "conoscenza tacita" che non c'è altro modo di acquisire se non visitando luoghi, incontrando persone, vivendo emozioni che ci fanno imparare e comprendere come costruire un ecosistema innovativo.

Siamo passati da una new economy ad un'economia della conoscenza in cui, come dice Paul Tudor Jones, imprenditore, investitore e filantropo, "Il capitale intellettuale vincerà sempre sul capitale finanziario".

Come apprendere la giusta conoscenza allora?

Oggi, ma sempre di più in futuro, ci sarà bisogno di uno sviluppo delle organizzazioni lungo le dimensioni dell'apprendimento, della conoscenza e della comunicazione e le aziende devono porsi nella migliore condizione possibile per poter garantire a questa crescita omogeneità nel tempo. Per fare in modo che l'apprendimento arrivi allo stadio della comprensione più alta bisognerà agire a livello più intimo e stimolare la più importante attitudine da possedere in azienda: l'attitudine alla decisione.

Nell'epoca dell'"economia cognitiva" in cui viviamo, il lavoro è per lo più speso per svolgere attività di tipo cognitivo che richiedono il rinnovarsi continuo delle conoscenze e il generarsi di nuove. Ci siamo trovati a vivere anche un nuovo concetto di età che ricade sia sul corso della nostra vita (giovani adulti o adulti ancora adolescenti) sia sul piano professionale, cambiando anche i paradigmi organizzativi e produttivi delle imprese. Le parole d'ordine delle organizzazioni odierne, dunque, sono "corta, flessibile, veloce".

Continua a leggere su <https://www.techeconomy.it/2019/07/18/il-viaggio-nellinnovazione/>

Ringraziamo Jon Low, nostro collega, in qualità di Deputy Assistant Secretary of Labor, Jon Low si è occupato di numerose iniziative di rilevante importanza economica e politica, sia negli USA che all'estero. Jon Low è il fondatore di Predictiv.

Outside View

BUSINESS

The Future of Choice, Selling AI

● Consultant Jonathan Low on the ramifications of focusing consumers.

BY JONATHAN LOW

The history of sales and marketing is really about the evolution of choice. The earliest humans ate – and wore – what they could find or kill. Their choices were limited by their abilities and their environment.

As settlement and agriculture produced greater surpluses that could be bartered or traded or sold, options expanded, competition for that excess production grew and marketing emerged as an essential differentiator between those who went home happy – or hungry.

Fast-forward to the digital era. The choices available are virtually – and actually – limitless. Variable design, pricing, sizing, coloring, availability and immediate – free! – delivery anywhere, at any time are not just possible, they have become baked into consumer expectations.

But a not-so-funny thing happened on the way to the digital forum: the enterprises that increasingly dominate what customers see, and therefore buy, have discovered that reducing choice may improve sales and enhance margins. The reason is that the data that every transaction, in fact, every searchable click, throws off provides insights as to what might inspire the consumer to buy rather than merely view. And that information has become the key to the new economy.

To optimize the monetization of those insights, reducing the complexity and consequent time and cost of the interaction becomes essential. The keys to those increases in productivity and possibility are machine-learning and artificial intelligence, both fueled by the

tsunami of data now captured by and sloshing through every digital activity. What merchants and marketers are learning is that limiting choices in what their customers see may increase their likelihood to buy. The seller is now able to “curate” the field of options in order to present only those products or services the data suggest will stimulate individual sales activity. And those individual limits will be grossed up into a strategy based on mass customization.

The benefits are potentially significant. Some estimates postulate that artificial intelligence could boost retail profitability by as much as 60 percent by reducing marketing costs while improving sales through more precise targeting of shoppers and their desires.

Amazon Go, the cashier-less retail business started last year by its parent company, Amazon, is an exemplar of this trend. The store provides a limited offering of “essentials” for the urbanite on the go, selected after extensive data analysis. Every bit of data is extracted: not just what is purchased (based on a system of pre-registration of mobile identification, then gathered and charged as the shopper exits), but what is picked off the shelf and examined, even if not purchased. Securities analysts speculate that it could be a \$4 billion a year business by 2021, three years after its launch.

Other companies are attempting similar efforts to focus consumers on the products the merchant and its supply chain partners want her or him to see. Supermarket giant Kroger is testing software to help customers complete their shopping lists by suggesting items, in store, that they have either purchased in the past or that data analysis shows other shoppers have chosen when buying products already in this customer’s cart. The company is



Jonathan Low

introducing a new system that highlights products on shelves as customers pass, identifying brands it is hoped the shopper will purchase based on the store’s supplier arrangements, margin requirements, advertising promotions and/or previous customer preferences.

The opportunities for exponential growth of such prescriptive marketing programs appear strong. Currently, only 22 percent of apparel, 30 percent of electronics – and a mere 3 percent of groceries – are purchased online. The expectation is that by further “focusing” – a word far less freighted with Orwellian overtones than “limiting,” “restricting,” or “curtailing” – customer options and assumptions, merchants can increase the percentage of purchases completed electronically, whether online or in-store.

The reality is that these efforts may appear almost quaintly referential compared to even newer schemes, which some concerned observers are deeming coercive. The advent of smart speakers with virtual assistants has created new possibilities for marketers hoping to anticipate and shape consumer behavior. A first step could be to have Alexa or Siri or any of their companions recommend purchases based on timing and records of previous use. The next step would be to empower the device – and the algorithms that manage it – to make those purchases and arrange their delivery without the owner’s explicit command.

The operational, financial and legal implications of such actions can only be imagined right now, though it is safe to assume that they are being studied by interested parties.

The overarching hypothesis appears to be that choice no longer possesses the same value to shoppers as it once did. That, in effect, convenience and curation will prevail over serendipity and selection.

The question, though, is not just whether that assumption is correct, but whether it will ultimately be better for marketing, for retail, for fashion and all of the other segments of commerce in which choice has played such an important role in stimulating global economic growth.

Users of technology, in their role as consumers, may appreciate the speed and ease of use, but will they eventually grow tired of the curated selections made available to them?

Will those users and purchasers begin to sense that prices, and the resultant cost-benefit calculations by which they have run their lives, are increasingly being determined by systems in which their voice is no longer necessary, let alone valued?

Will merchants see their own growth stunted by the financial demands of a system based solely on calculations, like return on equity, in which their own creative and economic opportunities are limited by the decisions of others higher up the proverbial food chain?

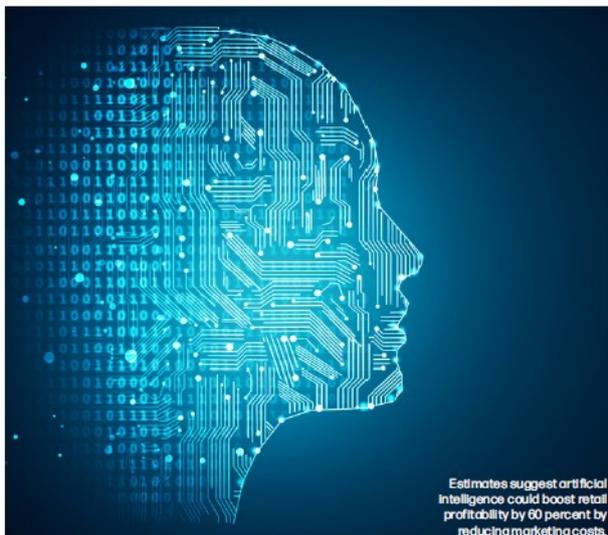
Will such processes concentrate too much power in too few hands and will that lead, inevitably, to abuse of the authority vested in those who dominate it?

Frustration with the role of big tech firms like Amazon, Google and Facebook has already been on the rise across the world. And some of that resentment is driven by the understanding, if not actual knowledge (which largely remains a closely guarded secret for good, competitive and public-relations-driven reasons) that choices are already being constrained in ways that affect how – and how well – people are able to live, as well as how their opportunities are being determined by others.

It may be that the impact of curation and convenience on choice will prove too restrictive to be sustainable in a world succored by limitless information that encourages human agency and enterprise.

Choice has, over time, nurtured the grandest of human aspirations such as freedom, prosperity and safety. And it may just be too deeply inculcated in the human spirit to be severely curtailed or even eliminated. But given the forces pushing commerce in the direction of limitation, it may well be that the only way humanity, in its roles as consumer and citizen, will find that out is when choice’s absence is experienced.

Consultant Jonathan Low is a partner at Predictiv.



Estimates suggest artificial intelligence could boost retail profitability by 60 percent by reducing marketing costs.

Roberto Panzarani sarà il prossimo **17 agosto** a **Rio de Janeiro** per il **Master in Business and Knowledge Management** del Crie (Centro de Referência em Inteligência Empresarial) dell'Ufrj (Universidade Federal do Rio de Janeiro)



centro de referência em
inteligência empresarial

COPPE
UFRJ

(21) 2942-7843

info@crie.ufrj.br



MBKM - MASTER ON BUSINESS AND KNOWLEDGE MANAGEMENT

CRIE - CURSOS

APRESENTAÇÃO

Vivemos num mundo onde, pela primeira vez, o conhecimento supera os fatores tradicionais de produção - terra, capital, trabalho, matéria prima e energia - no processo de criação de riqueza. Não importa onde você trabalhe (agricultura, indústria ou serviços), a competição é cada vez mais baseada na capacidade de transformar informação em conhecimento e conhecimento em valor. Informação, conhecimento, criatividade e inovação são, assim, ingredientes básicos para todas as pessoas e organizações que atuam nesta nova sociedade, sejam elas públicas ou privadas.



WORKSHOP A REVOLUÇÃO DOS PARADIGMAS: COMO TRANSFORMAR SEU NEGÓCIO NO UNIVERSO DA NOVA ECONOMIA

A economia digital já é uma realidade e se você ainda não percebeu um novo modo de pensar está superando o pensamento cartesiano, típico dos séculos XIX e XX: o Pensamento Complexo.

Para entender e discutir este novo cenário montamos o Workshop A Revolução dos Paradigmas: Como transformar seu negócio no universo da nova economia com um dos maiores especialistas mundiais em redes e complexidade, o italiano Roberto Panzarani.

Roberto Panzarani é professor de Innovation Management, membro do Comitê Científico da Fundação Vicentini na Universidade Luiss em Roma e responsável pela implantação de processos inovativos em grandes empresas globais.

CONTEXTO: A REVOLUÇÃO DOS PARADIGMAS

No momento atual às vezes parece impossível encontrar estabilidade na vida pessoal e no trabalho. Isso acontece porque tentamos ignorar a complexidade, quando deveríamos usá-la para alcançar nossos objetivos. A ciência da complexidade nos oferece modelos úteis para uma empresa conhecer melhor seu ambiente de negócio e tomar decisões em contextos onde múltiplos fatores estão interconectados.

INOVAÇÃO: COMO TRANSFORMAR O NEGÓCIO NO UNIVERSO DA NOVA ECONOMIA

Empresas de todo o mundo, independente do tamanho e do setor de atuação, sabem que é preciso se diferenciar ao oferecer seus produtos e serviços ao mercado. Sabem que é preciso sair do "quadrado", mas como? O que é inovador? A empresa que permanece é a "Empresa Adaptável" que sabe ajustar-se continuamente às mudanças de ambiente, sem que isso signifique sempre rupturas, traumas e custos. Serão apresentados casos de empresas que transformaram com sucesso seus negócios na nova economia.

COMO APLICAR TUDO ISTO NA SUA EMPRESA?

O processo chave é traduzir o conceito GLOBAL de inovação para uma aplicação LOCAL, única e contextualizada.

LIDERANÇA COLABORATIVA

Líderes colaborativos devem assumir a função de facilitadores, mais do que de chefes autoritários. No mundo conectado o melhor modelo é a liderança difusa onde empatia, consciência da organização, visão criativa, desenvolvimento das potencialidades, difusão do conhecimento e a utilização do social network, são apenas alguns dos atributos do líder colaborativo.

WORKSHOP

A partir de casos reais trazidos pelos participantes, faremos uma prática de utilização de ferramentas de complexidade para desenvolvimento de processos inovativos e liderança colaborativa.

Data: 17/08/19 – Sábado

Horário: 08:00 às 17:00

Av. Almirante Barroso, 90 - 5º andar - Centro - Rio de Janeiro/RJ

Informações: info@crie.ufrj.br

O workshop será em português

Seminário sobre a gestão de inovação - Londrina 29/31 agosto

Estou muito feliz com essa parceria que fizemos no Brasil com a Pucpr em Londrina para esse seminário sobre a gestão de inovação no dias 29 a 31 de agosto organizado em colaboração com Studio Panzarani.

Para mais informações [clique aqui](#)

Gestão da Inovação: Como Transformar seu Modelo de Negócio

Uma imersão de 3 dias com o Prof. Pazarani, um dos mais renomados especialistas em inovação organizacional da Europa.

Prof. Dr. Roberto Panzarani
Pres. do Studio Panzarani & Associates
Roma, ITA.

DATA: 29, 30 e 31 Agosto
LOCAL: PUCPR Campus Londrina
Informações : 43 3372-6006

REALIZAÇÃO:



PUCPR
Câmpus Londrina
CARLOS DE CASTILHO
GREGY I MARISTA

APOIO:



HOTMILK
ACELERADORA DA PUCPR

Lo  **STUDIOPANZARANI** & associates segnala

Fai della tua azienda un luogo di innovazione!
Partecipa al nostro boot camp in Israele



AZRIELI
College of Engineering
Jerusalem

atobe



STUDIOPANZARANI
& associates



AtoBe Experience Boot Camp

Studio Panzarani propone un **Experience Boot Camp** presso il **centro AtoBe dell'Azrieli College of Engineering Jerusalem** nel mese di febbraio 2019 rivolto a manager di piccole/medie e grandi imprese e a quanti lavorano in start up ed incubator. Quattro giornate formative tra eccellenze innovative e imprenditoriali apprendendo il mindset di Israele all'innovazione.

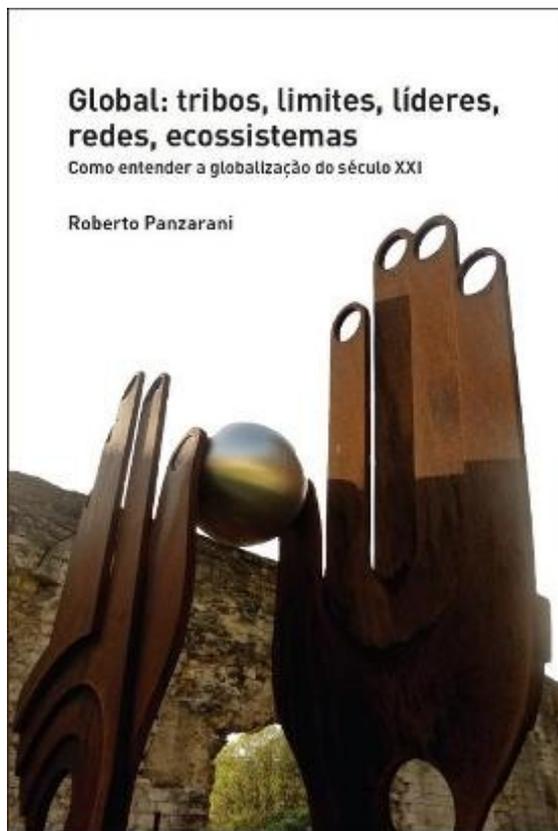
Per leggere la scheda descrittiva [clicca qui](#)

Per informazioni, costi ed iscrizione contattare la dr.ssa Elena Sbaraglia
mobile: +39 3755082634 mail: elena.sbaraglia@robertopanzarani.com

Michael Mizrahi (Head of the Research, Innovation and Entrepreneurship Division at Azrieli College) e Noa Yaffe (Operation Manager of the Innovation and Entrepreneurship Division) ci parlano dell'esperienza del Boot Camp in Israele presso l'Azrieli College of the Engineering in collaborazione con lo Studio Panzarani & Associates Assisti al [video](#)



Livro de Roberto Panzarani
Global: tribos, limites, líderes, redes, ecossistemas
Como entender a globalização do século XXI



“Compreender a globalização que vivemos é uma tarefa que realizamos diariamente. De fato, é impossível para cada um de nós ignorar que vivemos em um mundo altamente interconectado e cada vez menor. Isso nos é lembrado sempre que temos em mãos um *smartphone* e outros aparatos tecnológicos que utilizamos em nosso cotidiano. Processos de inovação não são mais incrementais, mas “revolucionários”, obrigam-nos, aliás, a uma atualização contínua sobre tudo o que acontece. Mudanças que antes costumavam levar anos para entrar em nossa realidade, hoje em poucos meses ou dias chegam a mudar a nossa vida cotidiana, a nossa vida profissional, sem que as nossas sinapses neuronais tenham sido ativadas para que possamos entender o que está realmente acontecendo.

O livro Global quer narrar a globalização a partir deste ponto de vista. Histórias significativas de como o mundo atual, pequeno e interconectado consegue criar além da tecnologia ou com a inovação do uso desta última, experiências organizacionais, sociais, de negócios, de cidadania ativa, de inovação social que dão uma

cor diferente à globalização atual e nos ajudam a compreendê-la.”

Para informações sobre edição brasileira e para comprar o livro

http://www.e-papers.com.br/produtos.asp?codigo_produto=2939&promo=0

<https://www.livrariacultura.com.br/busca?N=0&Ntt=Global+roberto+panzarani+>

.....
**Studio Panzarani & Associates abre seu escritório
representativo no Brasil**

Assista o [video di presentazione](#)

Para projectos, consultorias, palestras Professor Panzarani no Brasil por favor contatar Elen Iombriller

ELEN IOMBRILLER

eleniombriller@gmail.com
facebook.com/eleniombriller

Tel. USA: +1 617 803 7001
Tel. BRA: +55 43 9976 1300

55-44-99819-6061

39-537-346-2943

Cambia la tua azienda, innova il tuo business, visita i luoghi dell'innovazione!

La globalizzazione e i processi di innovazione in atto nel business e nella politica mondiale comportano una maggiore complessità di strategie e soluzioni da adottare. Le organizzazioni e i manager riconoscono la necessità di "sfidare" la complessità dei cambiamenti in atto, focalizzandosi su nuove opportunità di crescita e competitività mediante l'uso di strumenti formativi innovativi e diversificati.

Lo Studio Panzarani leader nel facilitare i processi di innovazione nelle aziende da anni organizza tour nei principali luoghi dell'innovazione mondiale, dalla Silicon alla Bangalore Valley, dall'Electronic City di Tel Aviv ai principali parchi tecnologici, centri di ricerca e incubatori di start up nel mondo.



Contatta per tutte le informazioni la dr.ssa Elena Sbaraglia

n.tel: 3755082634, mail: elena.sbaraglia@robertopanzarani.com

www.robertopanzarani.com

Leggi [l'intervista a Roberto Panzarani](#) sull'Harvard Business Review.

Leggi "Global:tribu', confini, leader, rete, ecosistemi" l'ultimo libro di Roberto Panzarani

STUDIOPANZARANI & associates

SHARING ECONOMY
Lo Studio Panzarani leader nella collaborazione come strategia per il futuro delle nostre imprese

SMART WORKING
SMART LIFE
SMART MANAGEMENT

business collaboration
Sense of Community
Partecipazione e responsabilità nell'impresa

Per progetti in house contattare:
elena.sbaraglia@robertopanzarani.com - 0899705425 - www.robertopanzarani.com

Lo  **STUDIO PANZARANI**
& associates vi segnala



CENTODIECI

Il Magazine di Mediolanum Corporate University

Su

“Più felici e produttivi se le ore di lavoro diminuiscono”

un articolo di Roberto Panzarani

Per leggerlo [clicca qui](#)



Su

“Innovare il pensiero: i modelli di business in un’economia volatile”

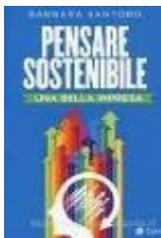
un articolo di Roberto Panzarani

Per leggerlo [clicca qui](#)

Premio Formica d'oro

Forum Terzo Settore, premiati i protagonisti delle buone pratiche solidali
I riconoscimenti della Formica d'oro ai personaggi della ricerca e della società civile. Tra i premiati monsignor Paolo Lojudice e il giornalista d'inchiesta Giovanni Tizian

[Leggi l'articolo](#)



Su *Pensare sostenibile* di Barbara Santoro (Egea edizioni)

“L’innovazione ci salverà”

testimonianza di Roberto Panzarani

Su *Middle management del terziario di fronte alle nuove sfide organizzative. Nuove competenze e modelli*

A cura di Savini Zangrandi Roberto e Richini Pierluigi

“Per una educazione all’innovazione”

testimonianza di Roberto Panzarani



Su

BUSINESSPEOPLE

IL DIFFICILE? PASSARE DALLA CREATIVITÀ ALL’INNOVAZIONE»

intervista a Roberto Panzarani a cura di Alberto Tundo

Per leggerla [clicca qui](#)

Lo  vi segnala

CONFERENCES ON INNOVATION

Per conferenze in house presso aziende, istituzioni ed associazioni con il prof. Roberto Panzarani sulle tematiche dell'innovazione, della business collaboration/sense of community, della lettura dei nuovi scenari, sull'innovazione sociale sulla leadership di rete si prega di contattare la dr.ssa Elena Sbaraglia



INFO: n.tel. 3755082634 mail:
elena.sbaraglia@robertopanzarani.com

Studio Panzarani è partner di **Global Translation.BR**

<http://globaltranslations.com.br/parcerias/>



Studio Panzarani collabora con
MV ArtDesign

Quando l'innovazione incontra l'arte

www.mvcostruzioni.com



AMPIT
ASSOCIAZIONE MANAGER PROFESSIONISTI ITALIANI

AMPIT associazione no profit di manager di elevata professionalità, che credono e agiscono con approccio EME (Etica, Merito, Eccellenza) e che investono nel miglioramento continuo delle proprie competenze.

Vai al sito www.ampit.it

AMPIT è iscritta dal MISE nell'Elenco delle Associazioni professionali che rilasciano l'attestato di qualità dei servizi offerti dai propri Associati (L.4/2013)



HANNO COLLABORATO ALLA REALIZZAZIONE DELLA NEWSLETTER
DI AGOSTO 2019

Elena Sbaraglia

www.robtopanzarani.com

LEGGI
LE NOSTRE
NEWSLETTER E SAI
TUTTO SULLA
INNOVAZIONE!