



LAVORO Euroconference

Edizione di mercoledì 3 dicembre 2025

GESTIONE DEL RAPPORTO, NEWS DEL GIORNO

Ingresso di lavoratori stranieri: pubblicata la Legge di conversione
di Redazione

GESTIONE DEL RAPPORTO, NEWS DEL GIORNO

Ingresso di lavoratori stranieri: pubblicata la Legge di conversione
di Redazione

AGEVOLAZIONI, NEWS DEL GIORNO

Incentivo all'autoimprenditorialità: disponibile il servizio di presentazione delle domande
di Redazione

AGEVOLAZIONI, NEWS DEL GIORNO

Incentivo all'autoimprenditorialità: disponibile il servizio di presentazione delle domande
di Redazione

GESTIONE DEL RAPPORTO, NEWS DEL GIORNO

Whistleblowing: parere del Garante privacy sulle Linee guida di ANAC
di Redazione

GESTIONE DEL RAPPORTO, NEWS DEL GIORNO

Whistleblowing: parere del Garante privacy sulle Linee guida di ANAC
di Redazione

CESSAZIONE DEL RAPPORTO, NEWS DEL GIORNO



GMO e obbligo di repêchage: da valutare solo le mansioni inferiori compatibili con le competenze del lavoratore

di **Redazione**

CESSAZIONE DEL RAPPORTO, NEWS DEL GIORNO

GMO e obbligo di repêchage: da valutare solo le mansioni inferiori compatibili con le competenze del lavoratore

di **Redazione**

SPECIALI DELLA SETTIMANA

I 3 errori più comuni nel marketing degli studi professionali (e come evitarli)

di **Emanuela Carini - Responsabile Marketing BDM Associati SRL**

Ingresso di lavoratori stranieri: pubblicata la Legge di conversione

di **Redazione**

È stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 279 del 1° dicembre 2025 la [Legge n. 179 del 1° dicembre 2025](#), di conversione, con modificazioni, del D.L. n. 146/2025, recante disposizioni urgenti in materia di ingresso regolare di lavoratori e cittadini stranieri, nonché di gestione del fenomeno migratorio. Il provvedimento è in vigore dal 2 dicembre 2025.

Nella medesima Gazzetta Ufficiale è anche disponibile il [testo del D.L. n. 146/2025 coordinato con la legge di conversione 1° dicembre 2025 n. 179/2025](#).

Tra le modifiche si segnalano:

- il datore di lavoro deve confermare la richiesta di nulla osta al lavoro allo Sportello unico per l'immigrazione entro 15 giorni (non più 7) dalla comunicazione di avvenuta conclusione degli accertamenti di rito sulla domanda di visto di ingresso presentata dal lavoratore (art. 22, comma 5-*bis*, T.U. Immigrazione);
- in tema di lavoro stagionale, il datore di lavoro e il lavoratore straniero devono sottoscrivere il contratto di soggiorno entro 15 giorni dalla data di ingresso del lavoratore straniero nel territorio nazionale (art. 24, comma 11, quarto periodo, T.U. Immigrazione);
- all'art. 24-*bis*, U. Immigrazione, è inserito il comma 2-*bis*: «La conferma del nulla osta di cui all'articolo 22, comma 5-*quinq*ues, e la trasmissione dei documenti di cui al medesimo articolo 22, comma 6, e di cui all'articolo 24, commi 3 e 11, possono essere eseguite dal datore di lavoro direttamente o per il tramite dei soggetti abilitati o autorizzati ai sensi dell'articolo 1 della legge 11 gennaio 1979, n. 12, o delle organizzazioni dei datori di lavoro comparativamente più rappresentative sul piano nazionale, come indicate al comma 1 del presente articolo, ai quali il datore di lavoro conferisce mandato o aderisce»;
- alla fine dell'art. 22, comma 2-*bis*.1, T.U. Immigrazione, viene aggiunto questo periodo: «L'Ispettorato nazionale del lavoro può effettuare, anche in via anticipata, le verifiche ispettive di competenza sui moduli di domanda precompilati, resi disponibili dal Ministero dell'interno, ai fini dell'eventuale esclusione dei datori di lavoro o delle organizzazioni dei datori di lavoro di cui all'articolo 24-*bis*, comma 3, dalla procedura informatica di presentazione della domanda nei giorni indicati nei decreti del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 3, comma 4»;
- all'art. 2, comma 2, primo periodo, D.L. n. 145/2024, recante "Disposizioni urgenti per l'ingresso di lavoratori stranieri nell'anno 2025", vengono aggiunte le parole «, o a favore di bambini dalla nascita fino a sei anni di età», pertanto il testo diventa: «In via sperimentale, per l'anno 2025 e per ciascuno degli anni dal 2026 al 2028 sono rilasciati, al



di fuori delle quote di cui all'articolo 3, comma 4, del testo unico di cui al decreto legislativo n. 286 del 1998, nulla osta al lavoro, visti di ingresso e permessi di soggiorno per lavoro subordinato, entro il numero massimo annuo di 10.000 istanze, relativi a lavoratori da impiegare nel settore dell'assistenza familiare o sociosanitaria a favore di persone con disabilità, come definite ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 3 maggio 2024, n. 62, o a favore di persone grandi anziane, come definite dall'articolo 2, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 15 marzo 2024, n. 29, o a favore di bambini dalla nascita fino a sei anni di età».



EuroconferenceinPratica

Scopri la **soluzione editoriale
integrata** con l'**AI indispensabile**
per **Professionisti e Aziende >>**



Ingresso di lavoratori stranieri: pubblicata la Legge di conversione di Redazione

È stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale n. 279 del 1° dicembre 2025 la [Legge n. 179 del 1° dicembre 2025](#), di conversione, con modificazioni, del D.L. n. 146/2025, recante disposizioni urgenti in materia di ingresso regolare di lavoratori e cittadini stranieri, nonché di gestione del fenomeno migratorio. Il provvedimento è in vigore dal 2 dicembre 2025.

Nella medesima Gazzetta Ufficiale è anche disponibile il [testo del D.L. n. 146/2025 coordinato con la legge di conversione 1° dicembre 2025 n. 179/2025](#).

Tra le modifiche si segnalano:

- il datore di lavoro deve confermare la richiesta di nulla osta al lavoro allo Sportello unico per l'immigrazione entro 15 giorni (non più 7) dalla comunicazione di avvenuta conclusione degli accertamenti di rito sulla domanda di visto di ingresso presentata dal lavoratore (art. 22, comma 5-bis, T.U. Immigrazione);
- in tema di lavoro stagionale, il datore di lavoro e il lavoratore straniero devono sottoscrivere il contratto di soggiorno entro 15 giorni dalla data di ingresso del lavoratore straniero nel territorio nazionale (art. 24, comma 11, quarto periodo, T.U. Immigrazione);
- all'art. 24-bis, U. Immigrazione, è inserito il comma 2-bis: *«La conferma del nulla osta di cui all'articolo 22, comma 5-quinquies, e la trasmissione dei documenti di cui al medesimo articolo 22, comma 6, e di cui all'articolo 24, commi 3 e 11, possono essere eseguite dal datore di lavoro direttamente o per il tramite dei soggetti abilitati o autorizzati ai sensi dell'articolo 1 della legge 11 gennaio 1979, n. 12, o delle organizzazioni dei datori di lavoro comparativamente più rappresentative sul piano nazionale, come indicate al comma 1 del presente articolo, ai quali il datore di lavoro conferisce mandato o aderisce»*;
- alla fine dell'art. 22, comma 2-bis.1, T.U. Immigrazione, viene aggiunto questo periodo: *«L'Ispettorato nazionale del lavoro può effettuare, anche in via anticipata, le verifiche ispettive di competenza sui moduli di domanda precompilati, resi disponibili dal Ministero dell'interno, ai fini dell'eventuale esclusione dei datori di lavoro o delle organizzazioni dei datori di lavoro di cui all'articolo 24-bis, comma 3, dalla procedura informatica di presentazione della domanda nei giorni indicati nei decreti del Presidente del Consiglio dei ministri di cui all'articolo 3, comma 4»*;
- all'art. 2, comma 2, primo periodo, D.L. n. 145/2024, recante "Disposizioni urgenti per l'ingresso di lavoratori stranieri nell'anno 2025", vengono aggiunte le parole *«o a favore di bambini dalla nascita fino a sei anni di età»*, pertanto il testo diventa: *«In via sperimentale, per l'anno 2025 e per ciascuno degli anni dal 2026 al 2028 sono rilasciati, al*



di fuori delle quote di cui all'articolo 3, comma 4, del testo unico di cui al decreto legislativo n. 286 del 1998, nulla osta al lavoro, visti di ingresso e permessi di soggiorno per lavoro subordinato, entro il numero massimo annuo di 10.000 istanze, relativi a lavoratori da impiegare nel settore dell'assistenza familiare o sociosanitaria a favore di persone con disabilità, come definite ai sensi dell'articolo 2, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 3 maggio 2024, n. 62, o a favore di persone grandi anziane, come definite dall'articolo 2, comma 1, lettera b), del decreto legislativo 15 marzo 2024, n. 29, o a favore di bambini dalla nascita fino a sei anni di età».



EuroconferenceinPratica

Scopri la **soluzione editoriale
integrata** con l'**AI indispensabile**
per **Professionisti e Aziende >>**



Incentivo all'autoimprenditorialità: disponibile il servizio di presentazione delle domande

di **Redazione**

L'INPS, con [messaggio n. 3633 del 1° dicembre 2025](#), ha comunicato l'apertura del servizio di presentazione della domanda di accesso all'incentivo all'autoimprenditorialità introdotto dall'art. 21, comma 3, D.L. n. 60/2024, che prevede un aiuto economico a favore dei soggetti under 35 anni che avviano sul territorio nazionale, a decorrere dal 1° luglio 2024 e fino al 31 dicembre 2025, un'attività imprenditoriale in settori considerati strategici per lo sviluppo di nuove tecnologie e la transizione digitale ed ecologica, illustrato nella circolare INPS n. 148/2025.

Il servizio per la presentazione della domanda è disponibile sul sito www.inps.it, accedendo con la propria identità digitale (SPID di almeno livello 2, CIE 3.0, CNS o eIDAS) al percorso: "Sostegni, Sussidi e Indennità" > "Esplora Sostegni, Sussidi e Indennità" > selezionare la voce "Vedi tutti" nella sezione "Strumenti" > "Punto d'accesso alle prestazioni non pensionistiche" > "Utilizza lo strumento" > "Incentivo Decreto Coesione".

È possibile presentare domanda anche tramite gli Istituti di patronato oppure attraverso il servizio di *Contact Center* Multicanale.

Il messaggio precisa, inoltre, che, come indicato al paragrafo 6 della circolare n. 148/2025, nell'ipotesi in cui l'avvio dell'attività imprenditoriale sia antecedente al 28 novembre 2025, data di pubblicazione della circolare n. 148/2025, il termine di 30 giorni per la presentazione della domanda decorre da quest'ultima data.

OneDay Master

**Attività di difesa del datore di lavoro
e ricorsi amministrativi**

Scopri di più

Incentivo all'autoimprenditorialità: disponibile il servizio di presentazione delle domande

di **Redazione**

L'INPS, con [messaggio n. 3633 del 1° dicembre 2025](#), ha comunicato l'apertura del servizio di presentazione della domanda di accesso all'incentivo all'autoimprenditorialità introdotto dall'art. 21, comma 3, D.L. n. 60/2024, che prevede un aiuto economico a favore dei soggetti under 35 anni che avviano sul territorio nazionale, a decorrere dal 1° luglio 2024 e fino al 31 dicembre 2025, un'attività imprenditoriale in settori considerati strategici per lo sviluppo di nuove tecnologie e la transizione digitale ed ecologica, illustrato nella circolare INPS n. 148/2025.

Il servizio per la presentazione della domanda è disponibile sul sito www.inps.it, accedendo con la propria identità digitale (SPID di almeno livello 2, CIE 3.0, CNS o eIDAS) al percorso: "Sostegni, Sussidi e Indennità" > "Esplora Sostegni, Sussidi e Indennità" > selezionare la voce "Vedi tutti" nella sezione "Strumenti" > "Punto d'accesso alle prestazioni non pensionistiche" > "Utilizza lo strumento" > "Incentivo Decreto Coesione".

È possibile presentare domanda anche tramite gli Istituti di patronato oppure attraverso il servizio di *Contact Center* Multicanale.

Il messaggio precisa, inoltre, che, come indicato al paragrafo 6 della circolare n. 148/2025, nell'ipotesi in cui l'avvio dell'attività imprenditoriale sia antecedente al 28 novembre 2025, data di pubblicazione della circolare n. 148/2025, il termine di 30 giorni per la presentazione della domanda decorre da quest'ultima data.

OneDay Master

Attività di difesa del datore di lavoro e ricorsi amministrativi

Scopri di più

Whistleblowing: parere del Garante privacy sulle Linee guida di ANAC

di **Redazione**

Il Garante privacy, con [provvedimento n. 581 del 9 ottobre 2025](#), di cui viene data notizia nella [newsletter del 27 novembre 2025](#), ha espresso un parere sugli schemi di “Linee guida in materia di whistleblowing sui canali interni di segnalazione” e di delibera di modifica e integrazione della Delibera ANAC recante le recante le “Linee guida in materia di protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell’Unione e protezione delle persone che segnalano violazioni delle disposizioni normative nazionali. Procedure per la presentazione e gestione delle segnalazioni esterne”.

Sono molti i punti di attenzione, tra i quali si segnalano:

- i possibili rischi derivanti dall'utilizzo della posta elettronica come canale di segnalazione;
- la necessità che sia svolta una previa valutazione di impatto sulla protezione dei dati, anche con l'eventuale supporto dei fornitori di tecnologia;
- i tempi di conservazione della segnalazione e della relativa documentazione;
- la possibilità, in talune circostanze, di condividere il canale di segnalazione, ferma restando la necessità di adottare misure tecniche e organizzative per garantire che ciascun ente abbia accesso solo alle segnalazioni di propria competenza.

Le Linee guida sui canali interni di segnalazione forniscono indicazioni e principi validi anche per i datori di lavoro privati, da tenere in considerazione per proteggere i dati delle persone nel corso del processo di acquisizione e gestione della segnalazione.



NormAI in Pratica

La soluzione integrata con l'AI
per consultare la **normativa**
[scopri di più >](#)

Novità



Whistleblowing: parere del Garante privacy sulle Linee guida di ANAC

di **Redazione**

Il Garante privacy, con [provvedimento n. 581 del 9 ottobre 2025](#), di cui viene data notizia nella [newsletter del 27 novembre 2025](#), ha espresso un parere sugli schemi di “Linee guida in materia di whistleblowing sui canali interni di segnalazione” e di delibera di modifica e integrazione della Delibera ANAC recante le recante le “Linee guida in materia di protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell’Unione e protezione delle persone che segnalano violazioni delle disposizioni normative nazionali. Procedure per la presentazione e gestione delle segnalazioni esterne”.

Sono molti i punti di attenzione, tra i quali si segnalano:

- i possibili rischi derivanti dall'utilizzo della posta elettronica come canale di segnalazione;
- la necessità che sia svolta una previa valutazione di impatto sulla protezione dei dati, anche con l'eventuale supporto dei fornitori di tecnologia;
- i tempi di conservazione della segnalazione e della relativa documentazione;
- la possibilità, in talune circostanze, di condividere il canale di segnalazione, ferma restando la necessità di adottare misure tecniche e organizzative per garantire che ciascun ente abbia accesso solo alle segnalazioni di propria competenza.

Le Linee guida sui canali interni di segnalazione forniscono indicazioni e principi validi anche per i datori di lavoro privati, da tenere in considerazione per proteggere i dati delle persone nel corso del processo di acquisizione e gestione della segnalazione.

**NormAI in Pratica**

La soluzione integrata con l'AI
per consultare la **normativa**
[scopri di più >](#)

Novità

GMO e obbligo di repêchage: da valutare solo le mansioni inferiori compatibili con le competenze del lavoratore

di **Redazione**

La Cassazione Civile, Sezione Lavoro, 24 settembre 2025 n. 26035, ha ritenuto che, in tema di licenziamento per giustificato motivo oggettivo a seguito della soppressione del posto di lavoro, ai fini dell'obbligo di repêchage, non vengono in rilievo tutte le mansioni inferiori dell'organigramma aziendale, ma solo quelle che siano compatibili con le competenze professionali del lavoratore, ovvero quelle che siano state effettivamente già svolte, contestualmente o in precedenza, senza che sia previsto un obbligo del datore di lavoro di fornire un'ulteriore o diversa formazione del prestatore per la salvaguardia del posto di lavoro.

OneDay Master

Contenzioso previdenziale

Scopri di più



GMO e obbligo di repêchage: da valutare solo le mansioni inferiori compatibili con le competenze del lavoratore

di **Redazione**

La Cassazione Civile, Sezione Lavoro, 24 settembre 2025 n. 26035, ha ritenuto che, in tema di licenziamento per giustificato motivo oggettivo a seguito della soppressione del posto di lavoro, ai fini dell'obbligo di repêchage, non vengono in rilievo tutte le mansioni inferiori dell'organigramma aziendale, ma solo quelle che siano compatibili con le competenze professionali del lavoratore, ovvero quelle che siano state effettivamente già svolte, contestualmente o in precedenza, senza che sia previsto un obbligo del datore di lavoro di fornire un'ulteriore o diversa formazione del prestatore per la salvaguardia del posto di lavoro.

OneDay Master

Contenzioso previdenziale

Scopri di più



SPECIALI DELLA SETTIMANA

I 3 errori più comuni nel marketing degli studi professionali (e come evitarli)

di **Emanuela Carini** - Responsabile Marketing BDM Associati SRL

La cosa bella — e allo stesso tempo la condanna — del *formarsi facendo* è che si commettono tutti gli errori possibili. È faticoso, richiede tempo e spesso porta a chiedersi se valga davvero la pena insistere. Eppure, con la giusta perseveranza, questi errori diventano un patrimonio prezioso: una raccolta di ciò che funziona, di ciò che non funziona, di ciò che va.

Nel mondo degli studi professionali, questo percorso è ancora più complesso. **Sul marketing e sulla comunicazione online si è sperimentato pochissimo**, frenati da tre fattori principali: **normativo** (regole deontologiche spesso interpretate come divieti assoluti), **culturale** (l'idea che il marketing sia pubblicità aggressiva e poco adatta a un professionista) e **storico** (per decenni gli studi non hanno avuto bisogno di comunicare per crescere).

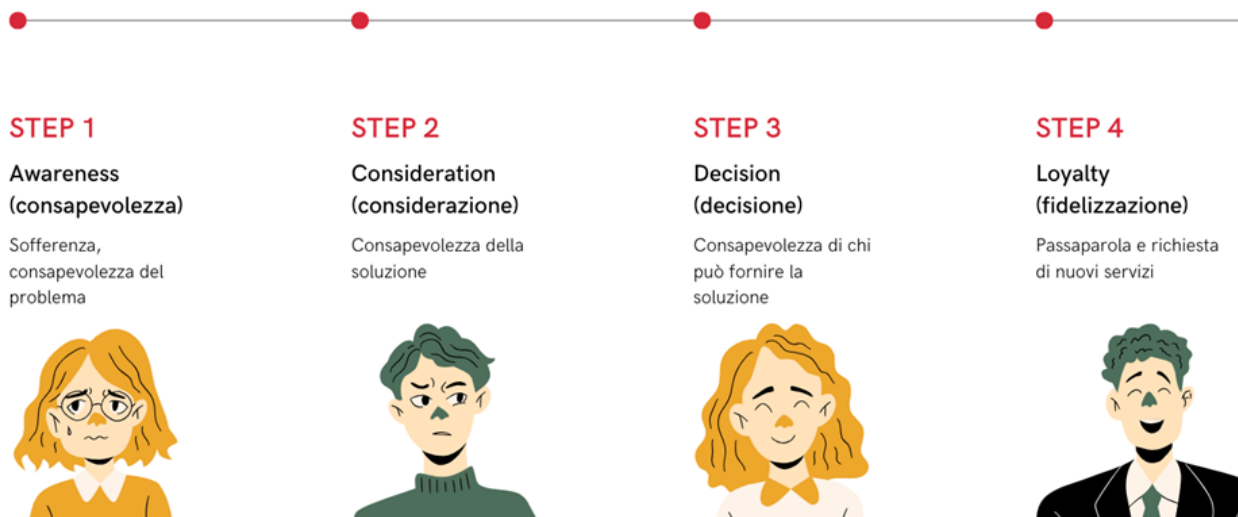
Il risultato è che pochi pionieri hanno davvero esplorato questo ambito. E chi lo ha fatto, come noi, è partito da zero: nessun manuale, nessuna strada già segnata, solo una tela bianca su cui testare, sbagliare, ritestare e imparare. E proprio da questa esperienza nasce questo articolo: i **tre errori più comuni** che abbiamo commesso (e visto commettere) quando si prova a introdurre il marketing in uno studio.

Errore 1 — Pensare che il marketing sia un'azione e non un ecosistema

Molti studi immaginano il marketing come un gesto isolato: un post sui social, una newsletter, un articolo, un sito web rifatto. Ma il marketing non è un albero: **è una foresta**. E come una foresta vive grazie all'interazione tra molteplici elementi, che si sostengono e creano un ecosistema coerente.

Il vero punto non è cosa usiamo, ma **cosa vive e attraversa il nostro potenziale cliente**. Ogni persona si trova in una fase diversa del suo percorso: chi non ha ancora messo a fuoco un problema, chi lo ha individuato ma non conosce le soluzioni, chi sta già valutando alternative.

Il percorso dell'utente



L'errore nasce quando si pensa che un'unica azione possa parlare a tutti. Per esempio: *"Ho una lista di contatti, mando una mail con la mia proposta e vediamo se qualcuno risponde"*. Non funziona, per due motivi molto concreti:

1. **la maggior parte dei contatti è in fase sbagliata.** Se l'80% è in fase 1, il 15% in fase 2 e solo il 5% in fase 3, una mail pensata per chi è pronto ad acquistare non verrà capita (fase 1), non verrà percepita utile (fase 2) e verrà ignorata quasi da tutti;
2. **la fatica viene delegata al contatto.** Dire "chiamami se ti interessa" significa spostare lo sforzo su di lui. Ma è lo studio che ha interesse a costruire la relazione: è molto più efficace chiedere "lasciami i tuoi contatti e ti fornirò io tutti i dettagli + una chiamata di approfondimento senza impegno".

Per evitare questo errore serve una logica diversa: partire dal cliente, non dallo strumento.

1. **capire chi è e che problema ha;**



2. **capire in quale fase si trova;**

3. **costruire un percorso di contenuti coerente con quella fase:**

- **fase 1:** attirare l'attenzione, far emergere un problema che ancora non è chiaro;
- **fase 2:** fornire contenuti educativi e informativi che chiariscono scenari e alternative;
- **fase 3:** mostrare le proprie soluzioni, i casi concreti e facilitare il contatto diretto.

A questo punto arrivano gli strumenti: reel, articoli, newsletter, landing page, sponsorizzazioni, sito, form. Ma arrivano **dopo** aver definito il percorso, non prima. È così che il marketing smette di essere una somma di tentativi e diventa un ecosistema in cui ogni elemento serve a qualcosa.

Errore 2 – Pensare che i potenziali clienti non siano online

Un altro errore molto diffuso è credere che il proprio pubblico “non usi i social” o che non cerchi informazioni online prima di valutare un professionista. In realtà, **gli utenti cercano conferme, informazioni e rassicurazioni su qualunque scelta**, incluse quelle che riguardano servizi complessi come consulenza del lavoro, fiscalità e gestione d'impresa.

I dati del report *We Are Social 2025* raccontano che:

- **53,3 milioni di italiani** (l'89,9% della popolazione) usano internet;
- trascorrono **oltre 5 ore e mezza al giorno online**;
- l'attività principale è **cercare informazioni (71,5%)**, non intrattenimento;
- il **44%** degli utenti cerca *prodotti, brand e aziende* per valutarli.

Questo significa che prima ancora di contattarti, un potenziale cliente farà una cosa semplicissima: **ti cercherà su Google**. Cercherà il nome dello studio, dei soci, dei servizi. Guarderà se esiste un sito aggiornato, se ci sono contenuti utili, se il tono della comunicazione è coerente con il tipo di professionalità che si aspetta.

E qui nascono due problemi molto seri:

1. **se non ti trova, dubita.** L'assenza online viene percepita come mancanza di affidabilità o poca cura verso la propria attività;
2. **se non ti trova, trova qualcun altro.** Anche se l'utente cerca *te*, il motore di ricerca gli mostrerà *qualcun altro*: un concorrente più strutturato, più presente e in grado di intercettare il bisogno prima di te.

Il tema non riguarda solo i social, ma l'intero ecosistema digitale. Gli utenti utilizzano quotidianamente:



- **motori di ricerca**, per capire chi sei e se esisti davvero;
- **email**, per informarsi e valutare ciò che invii;
- **social network**, per osservare il tuo tono, la tua competenza, la tua capacità di spiegare bene ciò che fai.

In altre parole: **i potenziali clienti sono già online**. La domanda non è più “sono lì?”, ma “che cosa trovano quando arrivano da me?”. Non esserci, o esserci male, significa lasciare il campo libero ai competitor.

Errore 3 – Pensare che bastino “quattro click sulla tastiera”

Molti professionisti vivono ogni giorno il pregiudizio dei clienti che credono che il loro lavoro sia semplice o immediato, per cui *“bastano quattro click sulla tastiera”*. Paradossalmente, **lo stesso pregiudizio colpisce chi si occupa di marketing**.

Il fatto che tutti usino uno smartphone non rende tutti esperti di comunicazione. **Gli strumenti non sono la strategia**. Non basta saper usare un programma per costruire un ecosistema coerente, per leggere i dati, per trasformare i contenuti in opportunità commerciali.

Sottovalutare questo significa:

- azioni improvvisate;
- investimenti inefficaci;
- messaggi incoerenti;
- sfiducia crescente nel marketing;
- sprechi di tempo, risorse e opportunità.

La verità è che **il marketing richiede competenze specialistiche**, proprio come qualunque altra disciplina professionale. Resistere a questa evidenza non fa che peggiorare i risultati e aumentare la diffidenza verso strumenti che, se usati bene, possono generare valore concreto.

Conclusione

Gli studi professionali oggi hanno l'opportunità di usare la comunicazione come **un motore di competitività, autorevolezza e crescita**. Evitare questi tre errori significa impostare un lavoro più efficace, più misurabile e più coerente con ciò che i clienti si aspettano.

Il marketing non è un'azione isolata né un accessorio opzionale. È **un ecosistema strategico**, che se affrontato con metodo può diventare un vero vantaggio competitivo.



**Percorso
Formativo**

Percorso formativo per l'aggiornamento
del **Consulente** del **Lavoro**

Scopri l'edizione 2025/2026 >>

