

Trump contro Biden tra ritorno al passato e sfida per il futuro

di Guido Salerno Aletta

«Finish the Job» l'uno, «Make America Great Again» l'altro: sono come il giorno e la notte, o meglio il futuro e il passato. La nuova sfida che si preannuncia tra Joe Biden e Donald Trump, alle Presidenziali del 2024, delinea due linee completamente opposte di pensiero politico, economico e strategico. Dice tutto il fatto stesso che Trump non abbia cambiato lo slogan che lo ha reso famoso, quel ritorno al glorioso passato da ricostruire, così come neppure Biden abbia cambiato di una virgola la sua politica, di rinnovamento completo, fondata sul Build Back Better.

Il presidente in carica non ha ancora stilato il programma per il nuovo quadriennio, ma mette in fila i successi riportati nel primo biennio e conferma il ticket con Kamala Harris alla vicepresidenza. Vanta ben 12 milioni di posti di lavoro creati da quando è entrato in carica, raggiungendo così il più basso tasso di disoccupazione della storia; la firma dell'Inflation Reduction Act; il tetto a 35 dollari mensili delle spese per l'insulina per gli anziani; investimenti pubblici infrastrutturali di entità tale che non se ne vedevano così da una generazione; l'approvazione del PACT Act che rassicura e provvede alle cure sanitarie dei veterani di guerra per i danni alla salute subito o assunti come tali per la inalazione di fumi tossici, il contatto con l'Agente



Donald Trump

Arancio o con altre sostanze pericolose; la legislazione più rigorosa per il controllo delle armi; i più massicci investimenti mai fatti nella storia degli Stati Uniti per contrastare il Climate Change; l'accordo raggiunto con gli Alleati per il sostegno all'Ucraina; l'approvazione della legge federale che sancisce il diritto al matrimonio tra persone dello stesso sesso e di razze diverse abrogando il Defense of Marriage Act.

Assai più ampia, la piattaforma elettorale di Donald Trump non solo definisce gli obiettivi che intende raggiungere in continuità con quanto ha fatto nel primo mandato, ma mette continuamente in risalto le differenze sostanziali ed incolmabili con gli indirizzi politici assunti da Biden. Sono ben quindici i temi che vengono affrontati, primo tra tutti l'obiettivo di "ricostruire la più grande economia della Storia".

Trump ha la piena consapevolezza dei danni compiuti con la de-industrializzazione, frutto degli accordi di liberalizzazione del commercio. E la soluzione non è quella di Biden, che usa la spesa pubblica a tutta manetta dando fuoco all'inflazione. L'America ha bisogno di Fair Trade e non di Free Trade: Trump cita gli effetti positivi che sarebbero derivati dalla sua

rinegoziazione del NAFTA, dai dazi imposti alla Cina e dalla revisione unilaterale delle relazioni con la Corea del Sud. Ed ha in mente un piano di reshoring che non solo mette fine alla dipendenza degli Usa dalla Cina per i medicinali essenziali e per altri prodotti essenziali per la sicurezza nazionale, ma che riporti indietro le supply chain per rifare dell'America

La superpotenza militare si fonda sulla superpotenza industriale e produttiva. Naturalmente, tutti devono fare la loro parte, anche gli Alleati della Nato che finalmente si sono accollati 400 miliardi di dollari di spese militari aggiuntive che prima erano addossate al contribuente americano.

La Presidenza Biden ha seguito questa medesima linea anche per quanto riguarda il sostegno militare all'Ucraina, che gli Usa effettuano a credito sulla base del Lend and Lease Act.

C'è un punto, però, dove il contrasto tra le strategie dei due candidati è netto, drastico ed insanabile: Trump è convinto che l'Accordo di Parigi sul clima, che aveva per l'appunto denunciato, sia dannoso per gli Stati Uniti e che il Green New

Deal "socialista" vada eliminato. L'America deve lasciare invece tutto lo spazio possibile alla ricerca di fonti energetiche fossili, perché questo è l'unico modo per abbattere il prezzo della benzina, del diesel e del gas. L'obiettivo finale, oltre l'indipendenza dalle importazioni che è stata raggiunta sotto la sua presidenza, è promuovere la sicurezza dei Paesi Amici: il Gnl statunitense andrà a sostituire in Europa le forniture russe.

Sono due visioni, ma soprattutto due narrazioni inconciliabili.

In economia, Biden è "nuovomondista", ha una visione che è stata mutuata toto corde dalla Commissione europea: perfettamente aderente ai principi che fanno perno sul contrasto al cambiamento climatico, sull'abbattimento della CO2, sui pericoli che derivano dall'aumento fin qui inarrestabile della temperatura atmosferica, sulla elettrificazione delle produzioni di energia da fonti rinnovabili.

Solo un mondo che riduce globalmente i consumi può sopravvivere. La transizione verso la Green Economy ha bisogno però di pesanti costrizioni normative, di alti incentivi fiscali che favoriscano i nuovi impianti e di elevate imposizioni fiscali che penalizzino quelli tradizionali: un mix che mal si concilia con politiche monetarie restrittive e che necessita di una azione pubblica incessante. (riproduzione riservata)



Joe Biden

MF FOCUS

A Bologna una full immersion nell'universo di Google Analytics 4

Il primo luglio 2023, come noto, Google disattiverà definitivamente la storica versione del suo strumento di analisi dati Universal Analytics (conosciuto anche come GA3) per passare alla nuova versione **Google Analytics 4**. In occasione di questo cruciale passaggio di consegne, **Tag Manager Italia** e **Ecommerce School** hanno organizzato un evento internazionale di due giorni per imparare a configurare, implementare e scalare in modo strategico la nuova release di Google Analytics. L'evento si chiama **GA4 Summit** e si terrà a **Bologna dal 30 giugno al 1° luglio** prossimo, presso Zanol Hotel & Meeting Center gross. I due giorni saranno dedicati ad approfondire la conoscenza di GA4 insieme agli specialisti più influenti in Italia e in Europa in materia di digital analytics e e-commerce, un momento di incontro e confronto per i professionisti del settore per apprendere e portare all'interno della propria realtà le best practice e le strategie di successo di esperti mondiali e grandi aziende.

Nonostante GA4 – a differenza del suo predecessore – possa vantare funzionalità native per gestire la sicurezza e la tutela della **privacy** dei dati, non tutti i manager e professionisti del web hanno le idee chiare su come creare una strategia di tracciamento e di analisi dati in modo conforme al Gdpr. Oltre a questo, sono



Il team di Tag Manager Italia, società di consulenza e formazione specializzata nella digital analytics, conta più di 30 collaboratori

ancora poche le aziende che sanno come **racogliere dati accurati** e tradurli in **attività di marketing profittevoli** per aumentare i propri utili. Questi sono i due motivi principali che hanno spinto Tag Manager Italia e Ecommerce School, due realtà di riferimento nei rispettivi settori, a organizzare il GA4 Summit: la prima è l'unica azienda al mondo ad aver vinto i due massimi premi internazionali nell'ambito della Digital Analytics, il Golden Punchcard Prize alla SuperWeek 2022 e i Quanties Awards 2022 come «Top Analytics Educator», la seconda ha il merito di essere la prima scuola in Italia specializzata nella formazione e-commerce per imprenditori e manager, con all'attivo più di tremila specialisti formati.

Al GA4 Summit alcuni tra i migliori digital analyst e specialisti e-commerce a livello internazionale presenteranno strategie inedite e casi studio di successo, che hanno permesso ad aziende e multinazionali di scalare le proprie campagne di marketing grazie alla corretta implementazione di GA4. Tra gli **speaker internazionali** vi sono **Steen Rasmussen**, Co-founder & Director Data Innovation di IHH Nordic, riconosciuto come un'autorità a livello mondiale nel campo della data strategy, **Alejandro Zielinsky**, Global Digital Tracking/Measurement Lead per HelloFresh, infine, **Denis Golubovskiy**, Server Side Google Tag Manager Expert, Founder di Stape nonché uno dei massimi esperti al mondo di Google Tag Manager Server-Side.

Infine, saliranno sul palco del GA4 Summit **11 tra Pmi e multinazionali eccellenti** e operanti in settori differenti (tra cui pharma, logistica, finance, fashion e terzo settore) per ritirare i **GA4 Awards**, i premi assegnati alle realtà che si sono distinte per implementazioni di successo e allo stato dell'arte di Google Analytics 4.

Tra le realtà di spicco che saranno presenti al GA4 Summit e di cui sarà possibile ascoltare il caso studio di successo: **Decathlon, Esprinet, Fai - Fondo per l'Ambiente Italiano, Banca Ifis** e molti altri.