

Responsabilità sociale d'impresa e Direttiva Ue: a che punto è l'Italia?



In vigore dal 2017, impatterà su circa 400 aziende italiane, 6mila in Europa

Entrerà definitivamente in vigore il 1 gennaio 2017 (ma il termine ultimo per il recepimento sarà il 6 dicembre 2016) **la Direttiva europea 95/2014** sulla comunicazione delle informazioni non finanziarie, in fase di recepimento. Le imprese con più di 500 dipendenti, e quelle aziende che il legislatore riterrà di interesse pubblico, saranno chiamate a comunicare informazioni relative a sostenibilità ambientale, sostenibilità sociale, catena di fornitura, gestione delle "diversità" e dei rischi.

Se non lo faranno dovranno spiegarne il motivo, secondo la regola del comply or explain. **Ma che punto è l'Italia?** Secondo i dati del VI Rapporto sull'impegno sociale delle aziende, **in Italia sono ben 73 su 100 le aziende che si sono già portate avanti dal punto di vista delle buone prassi.** A fare il punto della situazione nazionale è l'Osservatorio Socialis che ha

promosso un incontro in collaborazione con il Gruppo Parlamentare del Pd.

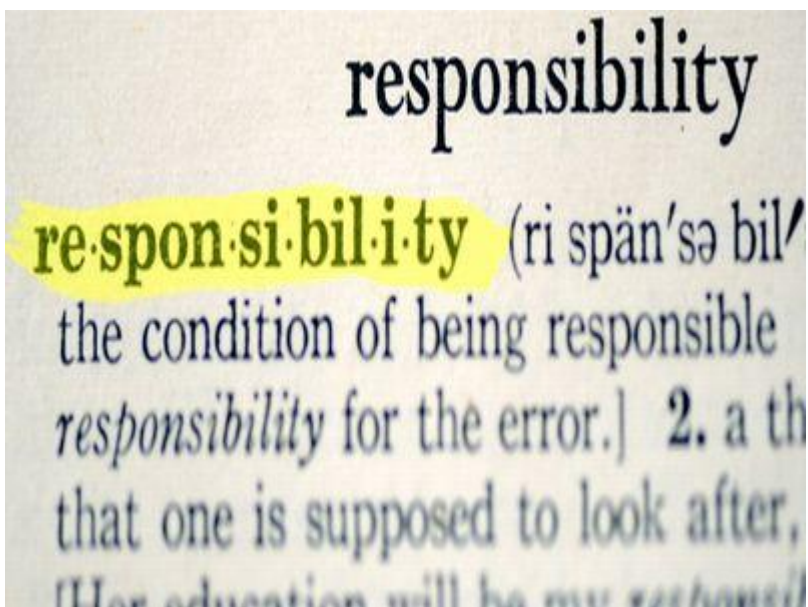
Ma quante sono le aziende su cui andrà ad impattare la norma?

Secondo i dati riferiti da Tiziana Pompei, vicesegretario generale di Unioncamere, **in Italia saranno circa 400 e in Europa circa 6.000**. La Direttiva, però, rimanda ad ogni Stato la possibilità di ampliare i destinatari includendo anche quelle che sono considerate "aziende di interesse nazionale". La Direttiva 95 fa parte di un'Europa "moltiplicatore di opportunità", come la definisce Sandro Gozi, sottosegretario della Presidenza del Consiglio con delega alle Politiche Comunitarie. E' infatti centrale per il **rilancio della competitività, per valorizzare le buone prassi** che molte imprese hanno già messo in campo. Non si tratta di una Direttiva che mette nuovi vincoli: basta solo sistematizzare quanto già a disposizione, come ad esempio il ricorso agli indicatori già elaborati attraverso una procedura partecipata ed in uso attraverso la piattaforma del Mise.

Chiara Scuvera (Pd) richiama l'attenzione su alcuni fenomeni che caratterizzano ad esempio, il settore dell'agricoltura, anch'esso destinatario della norma, in cui persiste il fenomeno del caporalato. Questa direttiva costringerà le grandi aziende a riflettere anche sulla qualità ed eticità della propria filiera.

Ad emergere, in occasione dell'incontro, anche la necessità di trovare un meccanismo premiante per quelle aziende che, pur non essendo direttamente interessate all'adempimento, accolgano però volontariamente la sfida della comunicazione delle informazioni non finanziarie. Attraverso la trasparenza delle informazioni non finanziarie si porrà, poi, in maniera più forte il tema del rapporto tra imprese e territori. Un tema che riguarda più le imprese di grandi dimensioni che non le piccole, per evidenti ragioni di diversa dimensione dell'impatto.

Aziende e sostenibilità, la legge non certifica l'eticità del business



Gestire eticamente il proprio business. Le aziende ci provano o almeno così dicono. Lo dimostra il bilancio di sostenibilità, il documento volontario dove le imprese comunicano le 'buone azioni' in ambito sociale e ambientale. Dalle emissioni in atmosfera all'uso razionale delle risorse idriche fino ad arrivare alle politiche a favore dei dipendenti: sicurezza, formazione parità di genere e chi più ne ha più ne metta.

Ma chi controlla quello che le aziende dichiarano? E ancora: per un'azienda presente in diversi paesi è giusto adottare un unico bilancio di sostenibilità nonostante le leggi sul lavoro e sull'ambiente, siano diverse? Il problema, spiega all'Adnkronos, Mario Molteni, direttore scientifico del Csr Manager Network, l'associazione che riunisce i manager della responsabilità sociale d'impresa, "è duplice".

Da una parte, spiega Molteni, "c'è uno standard internazionale, il Gri, (Global reporting initiative, ossia le

linee guida per l'elaborazione di un bilancio di sostenibilità, ndr), giunto alla quarta edizione. C'è un movimento convergente dei grandi gruppi internazionali rispetto a questo standard, e ciò è bene. Anche perché nel tempo la qualità delle informazioni è destinata a migliorare". Dall'altra parte, "le legislazioni locali possono imporre informazioni specifiche. In tal senso spesso le 'società nazionali' delle multinazionali fanno anche un bilancio di sostenibilità specifico nel Paese". Ma non è sempre così. Non succede, infatti, né in Schindler, la multinazionale svizzera nel settore degli ascensori, né in Henkel, multinazionale tedesca dei detersivi, dove il bilancio è unico.

L'obiettivo, spiega Luca Miolo, Csr manager Schindler Italia, "è avere a livello globale una fotografia dell'azienda. Poi è chiaro che questo bilancio viene alimentato da ogni consociata che mette a disposizione del gruppo le informazioni che vengono raccolte. La sede centrale va molto a fondo nei controlli ma a livello esterno ha senso comunicare un unico bilancio". La Schindler però è presente in oltre 140 paesi e le leggi ovviamente non sono le stesse.

Per fare un esempio basta guardare alla Svizzera, sede centrale del gruppo, dove il lavoro è più flessibile e il licenziamento più liberale. Basta dimostrare il calo del rendimento sul posto di lavoro. Se poi questo calo sia dovuto ad una condizione particolare, come un problema di salute certificato, poco importa. Di certo, commenta Miolo, "il tentativo è di migliorarsi continuamente. Un altro dei nostri valori è l'integrità che implica il rispetto della legge. L'azienda si muove sempre all'interno della normativa nazionale. E questa è un po' la complicazione. A volte è il bello e a volte è il brutto dei contesti multinazionali". Insomma, bene essere responsabili ma la legge prima di tutto. In Henkel, multinazionale presente in oltre 120 paesi, il Rapporto per lo Sviluppo Sostenibile, spiega Cecilia de' Guarinoni, responsabile della comunicazione corporate e membro del Comitato Sviluppo Sostenibile di Henkel Italia, "si basa sullo standard internazionale Gri ma si tratta di una rendicontazione interna e non è certificata da enti esterni". Il consumatore quindi si deve fidare oppure può sempre verificare di persona se quanto dichiarato dall'azienda corrisponda al vero.

Eppure non ci sono dubbi: “certamente la certificazione innalza la qualità e l’affidabilità dei dati socio-ambientali” commenta Molteni che sottolinea: “i costi sono alti e le imprese di minori dimensioni difficilmente possono permetterselo”. Ma questo, appunto, riguarda solo le piccole imprese.

“Se nel Paese il comportamento dell’impresa pone un’asticella più alta di quanto imposto dalla legge, allora l’azienda ha tutto l’interesse a comunicarlo” commenta Molteni che aggiunge: “se non lo fa, si espone alle critiche di un movimento di opinione che ha un profilo globale. A questo proposito, internet sta innalzando il potere d’influenza degli ‘attivistiti’”. Non ci resta, dunque, che augurare lunga vita al web.

Minecraft è l’ultima vera avanguardia?



Trovate un bambino tra i nove e i dodici anni e chiedetegli se conosce *Minecraft*; poi preparatevi a passare l'ora successiva a farvi raccontare per filo e per segno la sua esperienza di architetto, i suoi ambiziosi progetti urbanistici, i suoi problemi con le pecore e i *creeper*. A questo punto potrete considerare il vostro interlocutore con sufficienza, oppure prenderlo sul serio e cercare di capire che cosa vi state perdendo.

Minecraft è un mondo fatto di cubi, [tantissimi cubi](#), un universo virtuale nel quale è possibile costruire praticamente qualsiasi cosa. *Minecraft* è il videogioco per pc più venduto della storia. Ha superato i cento milioni di giocatori registrati su tutte le piattaforme. Gli studios Mojang l'hanno venduto a Microsoft per 2,5 miliardi di dollari. Si trova anche in libreria, con guide e manuali che hanno venduto [decine di milioni di copie](#) in tutto il mondo. Contrariamente a molti altri fenomeni che la stampa si era affrettata a sovraesporre – pensiamo a [Second life](#) nel periodo 2006-2008 – *Minecraft* è restato per qualche anno “fuori dai radar”, malgrado il suo successo crescente tra preadolescenti e adolescenti.

Ancora oggi, se dobbiamo credere al relativo silenzio dei mezzi d'informazione e all'assenza di precisi dati demografici, sembrerebbe trattarsi solo di un passatempo di nicchia. Eppure basta esaminare le [tendenze di ricerca su Google](#) per misurare l'entità del fenomeno: lanciato nel 2009, *Minecraft* supera oggi di varie lunghezze videogiochi apparentemente più noti come *Angry birds* o *Grand theft auto*, ma anche star del pop come Lady Gaga, Rihanna o (per restare in ambito prepuberale) la [Violetta](#) della Disney. Solo il porno e Facebook ottengono risultati migliori. Forse anche perché, come [ha affermato lo scrittore Robin Sloan](#), si tratta di un gioco che richiede un lavoro di studio, di ricerca, di scambio d'informazioni che si svolge fuori del gioco.

I casi di "notorietà percepita" sono sicuramente indizi del fatto che viviamo tutti dentro la nostra [bolla informazionale](#). In questa materia specifica, a tenerci dentro una bolla è – ahinoi – l'età. *Minecraft* è un gioco che richiede molta pazienza e un rapporto con il tempo spesso incompatibile con la vita di un adulto socialmente integrato: blocco dopo blocco si costruiscono case, palazzi e città; e poi in questo mondo s'inventano delle avventure.

Ma soprattutto non c'è *crafting* senza *mining*, e per ottenere la [materia prima](#) – granito, legno, sabbia, lana, eccetera – si scava, si scava, si scava. Esistono sicuramente giocatori adulti di *Minecraft* (J. K. Rowling di recente ha [fatto coming out](#)) ma il loro numero incide in minima parte sulla dimensione del successo. Di regola i nostri coetanei, quando giocano, preferiscono il tennis sulla Wii, *Candy crush* sullo smartphone o, per i più raffinati, qualche ipernarrazione realistica tipo *Call of duty*.

Insomma se la stampa tace su *Minecraft* ovviamente non si tratta di censura. Tace per ignoranza; e ignora perché di norma chi scrive sui giornali non ha undici anni. Gli adulti impongono, per ragioni comprensibili, la loro egemonia sui bambini. Ma a furia di considerare con sufficienza gli usi e costumi di questo piccolo popolo, non staremo perdendo di vista qualcosa d'importante?

Non si tratta solo di una questione di numeri, sicuramente impressionanti; quello che sta accadendo dentro *Minecraft* è singolare soprattutto sul piano *culturale*. O perlomeno questa è l'idea che ce ne possiamo fare osservando dall'esterno una

realtà che, bisogna ammetterlo, per gran parte ci sfugge. Eppure nella logica del [prosuming videoludico](#) descritta dal critico Giuseppe Frazzetto, *Minecraft* ci appare come un universo di creazione particolarmente ricco e vivace. Forse proprio perché noi, classe d'età egemone, custode dei valori dominanti, ne siamo esclusi.

Discutendone con il [gif artist](#) Gualtiero Bertoldi, che nelle sue animazioni riutilizza immagini di videogiochi d'epoca, possiamo capire meglio questa dimensione generazionale:

Essendo sempre stato appassionato di computer e pixel art, ho acquistato quasi subito Minecraft nel 2010, dopo averne visto parlare sul sito 4chan. Si trattava di una versione beta molto primitiva ad appena due dollari, che mi avrebbe garantito l'aggiornamento imperituro a tutte le successive versioni senza ulteriori esborsi. Dopo un paio d'ore a scavare, sminare e tirar frecce contro gli scheletri, chiusi tutto senza troppi patemi, e me lo dimenticai. Poi circa sei mesi fa due miei nipoti, due fratelli uno di 13 anni e l'altro di 10, hanno passato un intero pranzo domenicale a parlare di Minecraft, così gli ho offerto quel mio vecchio account diventando di fatto il miglior zio del mondo. In sei mesi hanno costruito una serie di fattorie, minicomplessi edilizi e industrie che mi hanno lasciato basito. Tutto grazie non solo grazie all'esplorazione personale, ma pure per mezzo d'uno studio attento e preciso di centinaia di video su YouTube, oltre che al download di moduli particolari messi a disposizione da altri utenti.

Su *Minecraft* nascono e prosperano grandi città immaginarie (Imperial City, Greenfield...), leggendarie (Atlantide, Xanadu...), letterarie (*Harry Potter*, *Il signore degli anelli*...), storiche (New York negli anni trenta, Babilonia...). Su *Minecraft* esiste un' [economia](#), con beni preziosi che possono essere scambiati e perfino prestati a interesse. Su *Minecraft* è stata [ricostruita la Danimarca](#) in scala 1:1, anche se sfortunatamente è stata subito attaccata e molti edifici dinamitati. Su *Minecraft*, mattoncino per mattoncino con l'aiuto di una spolverata della cosiddetta Redstone, è stato fabbricato un [minicalcolatore](#) munito di ram capace di fare

calcoli matematici (è grande come un palazzo) e, più recentemente, un rudimentale [word processor](#). E una [stampante 3D](#). Su *Minecraft* puoi [visitare Auschwitz](#) e presto il [British museum](#). Su *Minecraft* c'è una [porta](#) che si aprirà solo dopo la morte termica dell'universo. Su *Minecraft* vige di norma una sorta di elementare fisica newtoniana, ma è anche possibile installare una [modalità conforme alla meccanica quantistica](#). Su *Minecraft*, come [raccontato](#) dal New Yorker, il trentenne Kurt J. Mac sta camminando dal 2011 per raggiungere i limiti del mondo, [documentando](#) su YouTube l'intero suo viaggio e gli strani fenomeni di sfaldamento della realtà determinati dalla mole crescente di dati da calcolare per generare il territorio. Gli esempi potrebbero continuare a lungo. Come chiarisce Giuseppe Frazzetto, bisogna suddividere i giocatori in diverse categorie che coincidono in parte con una segmentazione per età. Oltre ai giocatori occasionali, le categorie sono tre:

1) la 'base', ovvero i milioni di preadolescenti conquistati dal fascino di Minecraft, che ne rendono materialmente possibile l'esistenza e quindi che ne orientano l'evoluzione;
2) i 'quadri', ovvero quelli che fanno i tutorial, le guide, animano i forum o gestiscono i server, e che tendenzialmente sono un po' meno giovani;
3) gli 'avanguardisti', che fanno cose eclatanti, tra i quali troviamo sicuramente degli adulti geniali come l'esploratore sopracitato. Alcuni di loro con Minecraft si guadagnano pure da vivere grazie alle centinaia di migliaia di visualizzazioni su YouTube, in maniera simile agli artisti contemporanei che monetizzano le loro performance (Minecraft è il videogioco di cui esiste il maggior numero di video-tutorial). Un'altra fonte di guadagno è la gestione dei server di gioco, un gigantesco giro d'affari paragonabile a un franchising.

Secondo Gualtiero Bertoldi, il successo di *Minecraft* è legato alla sua originalità e alle sue caratteristiche peculiari:

All'inizio pensavo che l'attrattiva consistesse nel suo essere una sorta di Lego virtuale, e che quindi facesse leva sul sempiterno fattore nostalgia. Ma dopo essermene stufato

quasi subito e aver visto come piaccia a chi, invece, dei Lego non ha (ancora) nostalgia, mi sono dovuto ricredere. In parte è una sorta di prefigurazione della cosiddetta [internet of things](#), in parte lavora su un aspetto per così dire fisico-ingegneristico: penso non solo alle Redstone, ma a tutti i meccanismi interconnessi che si potevano creare anche nelle primissime versioni.

Qualcuno sostiene che l'estetica di *Minecraft* sia poco gradevole, con i suoi cubettoni pixelati; eppure è del tutto coerente con le recenti tendenze artistiche che proprio nel [recupero ironico della forma-pixel](#) hanno trovato un efficace modulo espressivo. Come dice ancora Bertoldi:

Minecraft permette quell'interattività aperta e totale che in tutti gli altri videogiochi è limitata, per questioni narrative o di design. Ecco, anche la bassa definizione ricopre un ruolo fondamentale, sia per la gestione tecnica del tutto, sia perché è un tipo di grafica che appartiene oramai all'inconscio videoludico collettivo, e ha una particolare matrice visiva di calore e giocosità che tutte le altre megaproduzioni contemporanee non hanno. Penso alla noia e alla totale mancanza d'invenzione visiva di certi videogiochi iperealistici, e alla ribalta nuovamente conquistata da giochi low budget che sfruttano sempre la pixel art.

In *Minecraft* tutte le forme sono composte da iper-pixel cubici a loro volta ricoperti da texture di grossi pixel bidimensionali. Si tratta di un aspetto riconoscibilissimo e a suo modo seducente, ma questa cifra stilistica ha soprattutto delle ricadute importanti sull'economia dello sviluppo del software, del suo consumo di risorse hardware e della sua giocabilità. *Minecraft* partecipa a una specie di "rivoluzione impressionista" della [computer-generated imagery](#), che aggiusta il piano *ideologico* del gusto al piano *materiale* delle risorse disponibili.

Non è un caso, quindi, che questa rivoluzione estetica sia stata [portata avanti](#) da sviluppatori indipendenti come Mojang in Svezia o da strutture ancora più piccole e fragili come la Polytron di Phil Fish raccontata nel documentario [Indie game](#); proprio come alla fine dell'ottocento a proporre il nuovo linguaggio pittorico erano artisti estranei alle accademie.

L'artista Nicholas Ladd ha [esibito](#) in maniera efficace l'analogia tra *Minecraft* e impressionismo trasponendo nell'universo cubico del videogioco il celebre quadro puntinista di Seurat, *Una domenica pomeriggio sull'isola della Grande-Jatte*.

Il successo di *Minecraft*, proprio come quello degli impressionisti oltre un secolo fa, tiene nella congiuntura perfetta tra cultura ed economia. Restituire in maniera esaustiva la realtà, nei videogiochi proprio come nella pittura accademica ottocentesca, è innanzitutto *costoso* e talvolta superfluo. La "molteplicità" della quale parlava Calvino nelle *Lezioni americane* bisogna potersela permettere. La realizzazione di un dipinto di Bouguereau costava di più di quella di un Manet, perché la tecnica "[alla prima](#)" e le pennellate "più veloci della luce" (cioè delcambio di luce) permettevano all'impressionista un notevole risparmio di tempo.

Nello stesso modo oggi per renderizzare un mammut ricoperto di centinaia di migliaia di [peli](#), come nei film della serie [L'era glaciale](#), ci vogliono macchine molto più potenti del pc di casa. Anche in questo caso si tratta di una questione di tempo (di calcolo) e quindi un arbitraggio di tipo economico: quanti peli possiamo permetterci? E di quanti peli abbiamo bisogno? Dipende.

L'illustrazione scientifica ottocentesca, come ricorda Riccardo Falcinelli nella sua [Critica portatile al visual design](#), si concentrava "sulla raffigurazione accurata degli animali in ogni singolo pelucco" (o quasi). Invece nel mondo di *Minecraft* non si trova un pelo nemmeno a pagarlo [oro](#), e anche la [lana](#) è fatta a cubi. I mammut sono, come dire, piuttosto rudimentali. In compenso possiamo farli girare su qualsiasi piattaforma.

Gli economisti sostengono che l'incontro tra domanda e offerta definisce un equilibrio di mercato e con ciò il prezzo di un bene in funzione della quantità prodotta. Ma forse possiamo aggiungere che sul piano economico, alla convergenza tra le due curve, si determina anche un equilibrio *formale*: ovvero uno specifico registro linguistico compatibile con i costi e con i bisogni di un insieme di consumatori; un certo [grado di precisione](#) nel rappresentare la complessità del mondo; una certa "esattezza" per citare ancora Falcinelli.

Con i suoi cubetti glabri, sgraziati oppure terribilmente alla moda, *Minecraft* oggi incarna questo equilibrio nel campo della modellizzazione videoludica dello spazio. E se questo gioco a cui si dedicano milioni di bambini in tutto il mondo fosse effettivamente l'ultima vera avanguardia artistica? Qualcuno dirà che si tratta di un altro modo per sfuggire alla realtà rifugiandosi in un mondo virtuale. Ma vediamola altrimenti: abbiamo finalmente trovato un modo per mandare questi benedetti ragazzi a lavorare in miniera.

Congressi medici: da giacca e cravatta a pantofole e vestaglia



Il congresso tradizionale passa da giacca e cravatta a pantofole e vestaglia.

Tra gli speech che ho ascoltato a Eyeforpharma Barcellona 2015, quello di [Len Sternes](#) mi è sembrato uno dei più interessanti e colti, in quanto mi è apparso molto centrato sull'attualità della relazione con il medico.

Secondo i dati citati da Len, la vendita di stand all'European Society of Cardiology (ESC) – uno dei congressi medici più importanti e seguiti in Europa – è calata del 30% rispetto al 2009.

Congressi virtuali

Il caso ESC, però – [come brillantemente sottolinea Len](#) – è ancora più interessante se si considera il numero e la tipologia di visitatori: 25.000 visitatori fisici e **25.000 visitatori virtuali**, questi ultimi **augmentati del 30%** rispetto all'anno precedente. L'aumento dei visitatori virtuali è un elemento che accomuna i più acclarati congressi internazionali.

La trasformazione dei congressi tradizionali in congressi virtuali, per essere completa, richiederà tempo e risorse che già oggi sono a disposizione delle principali organizzazioni. Questa sfida, da una parte consente una maggiore sostenibilità finanziaria e più visibilità ed impatto a parità di costo; ma dall'altra consente anche a molti medici di partecipare ai congressi, attivamente, mentre sono a casa, comodi, in vestaglia.

E mentre le aziende sono ancora nella fase di comprensione del modello multichannel e provano a rendere più efficace il proprio ISF investendo – al massimo – il 20% del loro budget nel digitale; **i medici si informano informarsi sempre di più su internet**, fino al 90% secondo le ultime ricerche internazionali di [Manhattan Research](#).

Medici, Congressi e Pharma

Mentre il medico vuole ricevere informazioni 365 giorni l'anno, l'informazione che sinora ha subito è stata *push*, ha interrotto il proprio lavoro. Mentre il medico vuole poter decidere cosa leggere e cosa approfondire, le aziende hanno sempre voluto promuovere comunicazioni monodirezionali. E così **mentre i medici hanno iniziato ad assistere ai congressi in modo virtuale, le aziende farmaceutiche si sono ritratte dalle sponsorizzazioni**, in quanto i congressi risultano troppo costosi, inefficaci, poco misurabili e soprattutto non più adeguati alle normative interne.

Oggi la possibilità di comunicazione con il medico durante i congressi è cresciuta, ma le industrie non se ne sono ancora accorte. **Ora è possibile invitare un medico ad assistere ad un congresso, senza costi di trasferimento e con tutta comodità.**

[Len Sternes](#), ancora una volta, ci offre una conferma che, solo interpretando il presente, è possibile accordare le proprie spese ed il proprio budget ai veri bisogni dei medici. Oggi, anche promuovendo i congressi e la partecipazione virtuale a questi, si può andare incontro alla necessità della rete di tenere le relazioni e a quella del medico di avere un trasferimento culturale.

Se non volete guardare il futuro, almeno cavalcate il presente, chiosa Len, i medici nativi digitali si aspettano nuovi modelli comunicativi. E questi – [come ha notato anche Pharmaguy](#) – già esistono, basta coglierli.

I medici italiani e DottNet

Di questo già parlavamo, spiace citarmi, un po' di tempo fa, nell'articolo [Zero congressi o non-promotional marketing?](#) ed è una certezza che viene dalla pratica. Oggi su [DottNet](#) abbiamo tempi di permanenza superiori ai 7 minuti, escluso la formazione, e praticamente sempre una visita di un medico su DottNet dura più di una visita frontale. Se fosse necessario l'ultima conferma fortissima viene proprio da DottNet: un

terzo delle visite al sito avviene tra le ore 20 e le 8 della mattina seguente.

Proverò a dirlo a Len. Il medico in Italia, già oggi su DottNet, si aggiorna in vestaglia.

GALAXY NOTE 7: LA CRISI COME OPPORTUNITÀ, MA FAVORIRÀ IPHONE 7?



L'affaire Galaxy Note 7 ha assunto ormai dimensioni planetarie. Dopo le prime segnalazioni degli utenti, che non hanno mancato di mostrare online le immagini e i video dei loro nuovi dispositivi esplosi, Samsung ha preso la decisione più dura: **il ritiro del prodotto dal mercato**.

In realtà, più che di ritiro bisognerebbe parlare di richiamo, visto che il Note 7 a breve dovrebbe ritornare in commercio, senza ovviamente i problemi alla batteria che lo hanno visto

protagonista. La scelta è tuttavia stata obbligata, visto che la sicurezza degli acquirenti non era più garantita. Uno dei primi casi, riportati sul forum cinese Baidu, ha visto protagonista un utente che ha assistito all'autocombustione del suo Note 7 durante la ricarica. Lo sfortunato acquirente ha descritto una scena piuttosto preoccupante: non si è trattato di un po' di fumo e di qualche scintilla insomma. Il telefono ha dapprima emesso uno scoppietto, poi ha preso letteralmente fuoco, come testimoniato anche dalle numerose immagini.

A seguito di altri incidenti, Samsung ha deciso di interrompere le spedizioni per investigare sull'accaduto, scoprendo che la batteria del Note 7, in rare occasioni, può incendiarsi. All'azienda coreana sono stati segnalati **35 casi di esplosione** confermati, anche se il numero potrebbe essere più alto. Questo è bastato a far ritirare dal mercato circa un milione di unità, sul totale di circa 2.5 milioni di pezzi prodotti fino a questo momento, almeno secondo le informazioni disponibili. In totale quindi Samsung si ritrova con 2.5 milioni di Note 7 che non può vendere, un danno enorme, che potrebbe rovinare l'ottimo lavoro svolto con il terminale, molto apprezzato dalla critica nelle prime recensioni. Il ritiro di un milione di unità inoltre pone dei seri problemi di carattere logistico e comunicativo: come avvisare tutti gli utenti che hanno già un Note 7 in tasca? Cosa succederebbe se accadesse un incidente più serio a un utente non ancora informato del richiamo? Insomma, **i rischi non sono pochi**, soprattutto per un'azienda che punta forte sull'immagine per incentivare le vendite.

Anche per questo Samsung, nel bel mezzo della crisi, ha dimostrato **un sangue freddo davvero impeccabile**. Non vogliamo dilungarci sugli aspetti che contraddistinguono la comunicazione di crisi, ma la preparazione e la tempestività mostrata da Samsung è stata evidente, a dimostrazione che il management era pronto ad affrontare situazioni di questo tipo. Ecco perché la vicenda, se ben gestita, potrebbe portare qualche beneficio sul lungo periodo, dimostrando al mondo che

in Samsung i problemi si affrontano di petto, mettendo anche da parte il profitto se necessario.

Da tutto questo però chi trarrà maggior profitto? Probabilmente **Apple**, che il 7 settembre presenterà i suoi nuovi **iPhone**. A questo punto, molto interessante sarà nei prossimi mesi tenere sottocchio i dati di vendita dal Note 7, per capire se Samsung è riuscita a contenere gli effetti collaterali della crisi. Solo allora sapremo se il problema sarà velocemente dimenticato dagli utenti; in caso contrario sarebbe un bel guaio per Samsung, che si troverebbe a corto di nuovi prodotti di fascia alta proprio nel periodo natalizio, e con Apple alle calcagna.