

Mikel Rueda al 30° TGLFF



“A escondidas”, è il film di Miker Rueda che ha vinto il premio “Queer” del pubblico, al 30° Torino Gay And Lesbian Film Festival. Lo abbiamo intervistato.

Ascolta l'audio:

Imprese: lo studio, comunicazione fattore sempre più strategico



La comunicazione d'impresa vede sempre più riconosciuto il proprio ruolo di disciplina del management capace di contribuire al raggiungimento degli obiettivi aziendali gestendo i rapporti con mercati e stakeholder. Può, però, fare di più rispondendo in maniera efficace alle nuove sfide come la misurazione dei risultati e la spinta alla digitalizzazione.

Questo il quadro rilevato dall'Osservatorio sulla comunicazione strategica condotto dall'università Iulm in collaborazione con la società internazionale di consulenza in relazioni pubbliche Ketchum coinvolgendo i direttori della comunicazione delle prime 300 aziende italiane per dimensioni. Il primo dato che emerge dalla survey è che la comunicazione in Italia è sì è integrata nei processi strategici aziendali ma presenta ancora buoni margini di sviluppo. L'83% delle grandi aziende, infatti, dispone di una Direzione Comunicazione ma la presenza del chief communication officer nel comitato direttivo è ancora inferiore, con il 42%, alle medie europee che, invece, registrano ben il 76%.

I responsabili della comunicazione italiani possono poi aumentare in maniera significativa anche il contributo nell'influenzare i piani strategici dell'azienda. Se in Europa quasi l'80% dichiara che i propri suggerimenti sono presi seriamente in considerazione dal vertice aziendale, in Italia la media scende al 60%. Va però specificato che più l'azienda

è innovativa, maggiore è il coinvolgimento del responsabile comunicazione nel prendere decisioni e la sua possibilità di interagire e collaborare con la direzione generale, la produzione e le risorse umane.

La comunicazione aziendale è in costante mutamento e questi sono i cambiamenti maggiori a cui dovrà rispondere nei prossimi 3 anni. Secondo la survey la comunicazione della responsabilità sociale d'impresa, la comunicazione interna e quella ambientale saranno le 3 attività più importanti sostituendo sul podio attuale la corporate communication, il marketing pr e la comunicazione di crisi.

Proprio per supportare queste attività, oltre che per presentare nuovi prodotti, organizzare eventi e tenere le relazioni con la stampa, saranno sempre più utilizzati i social media e le aziende sono pronte a scommettere soprattutto su Twitter, seguito da Facebook e YouTube. Sempre secondo la ricerca, il tema della misurazione dei risultati è sempre più sentito dalle aziende anche se oggi 9 imprese su 10 per farlo utilizzano ancora lo strumento del monitoraggio dei media e il 40% degli intervistati valuta l'impatto della comunicazione attraverso la metodologia Ave (Advertising value equivalence) valore che misura il costo dello spazio media e che appare ormai superato.

Il nuovo trend è, invece, quello reputazione aziendale. Oltre la metà delle imprese, infatti, sta investendo, e lo farà sempre più, su questo parametro di misurazione con azioni ben precise come conferma Andrea Cornelli, amministratore delegato di Ketchum Italia e presidente Assorel, Associazione italiana agenzie di relazioni pubbliche.

“Questa esigenza è sentita -spiega- al punto di aver deciso di avviare come Assorel un tavolo di lavoro misto agenzie-aziende per arrivare nel più breve tempo possibile alla definizione di un sistema di misurazione allineato alle linee guida internazionali e customizzabile poi alle esigenze di ogni singola organizzazione”.

Nel prossimo futuro rimarrà invariato il budget destinato dalle aziende alle agenzie di comunicazione e pr coinvolte nel

fornire idee creative e originali, un punto di vista strategico e strumenti per il raggiungimento di target specifici. La metà delle aziende italiane, infatti, continuerà così a utilizzare per l'outsourcing il 20% del budget dedicato alla comunicazione.

Inversione di tendenza a breve termine, invece, per gli investimenti in comunicazione. Lo scorso anno, infatti, a causa della crisi economica il budget destinato alle relazioni pubbliche era stato ridotto rispetto agli investimenti pubblicitari (74,8% contro 71,7%) ma le previsioni a 3 anni indicano un cambio di registro.

Le imprese che prevedono stabilità o aumento per le relazioni pubbliche raggiungono il 63% mentre per la pubblicità si fermano al 59%.

«Spazi vuoti, quanto valore sprecato»



Giovanni Campagnoli

RIUSIAMO L'ITALIA

Da spazi vuoti a start up culturali e sociali

Postfazione a cura di Roberto Tognetti

GRUPPO24ORE

In Italia esistono due milioni di "spazi vuoti" pronti per essere riutilizzati. Ma qual è il modo migliore? Esistono già diverse buone prassi da raccontare. Come mostra il libro "Riusiamo l'Italia. Da Spazi vuoti a start-up culturali e sociali" (editore il Il Sole 24 Ore) scritto da Giovanni Campagnoli. Un "road book" per percorrere una nuova strada verso un cambiamento culturale attraverso forme innovative di impresa.

Dopo i "road movie", che cosa significa "Road book"?

Semplicemente che si ricomincia a fare ricerca, a scoprire luoghi, a farsi domande, a procedere per ipotesi.. Un'epoca come questa mette in gioco fantasia e opportunità. Minori certezze possono essere, infatti, anche maggiori occasioni. La creatività aiuta. Questo libro ha scovato le buone pratiche di riuso degli spazi. Tema attuale, in quanto oggi l'Italia è "piena di spazi vuoti" e riuscire a riusarne anche soltanto

una minima parte, affidandoli a start up culturali e sociali, può diventare una leva a basso costo per favorire l'occupazione giovanile. Oltre a essere un'azione che può contribuire, dal basso, allo sviluppo del Paese, ripartendo da quelle "vocazioni" artistiche, creative, culturali, artigianali che hanno fatto apprezzare l'Italia nel mondo e che interessano oggi ai giovani, sempre più capaci di re-interpretarle sulla base dei paradigmi contemporanei. Il libro analizza queste "buone prassi" che si stanno diffondendo nel Paese, per individuare modelli organizzativi efficaci rispetto alla capacità di creazione di valore economico, a partire dalle specifiche funzioni sociali e culturali.

Occupazione giovanile che nasce dal riusare edifici vuoti? Ma non ha un costo troppo alto la riconversione degli spazi?

L'ipotesi è quella di uscire dalle logiche delle "grandi opere" e/o delle opere pubbliche mai terminate o consegnate con anni di ritardo. Si esce quindi dallo schema tradizionale della filiera della programmazione ex lege LL.PP: progetto preliminare, definitivo, esecutivo, gara, affidamento, lavori, collaudo, ecc. (compresi eventuali suddivisioni in lotti). Per queste azioni, sono invece necessarie logiche più "smart" che riescano ad avviare le attività in tempi molto ridotti, proprio perché i lavori sono a "basso impatto", andando a riusare spazi senza stravolgere il tutto, investendo molto di più sul software (arredi/attrezzi) che sull'hardware. E, tra questi scenari di "rigenerazione urbana low cost", assume un peso crescente il tema del "riuso temporaneo", anche rispetto alla creazione di valore patrimoniale. Con questo termine è da intendersi qualsiasi operazione di uso parziale e limitato nel tempo che produca il massimo dei risultati di utilità e funzionalità con il minimo dei costi. Ciò può essere perseguito attraverso la re-interpretazione creativa degli spazi per esempio individuando funzioni "compatibili" con lo stato dei luoghi o con semplici operazioni di pulizia, riordino e adattamento dei manufatti. L'alternativa sarebbe quella di subire passivamente l'avanzamento del degrado, che significherebbe il procedere inesorabile all'erosione di

valore. Sul piatto delle bilancia vanno, quindi, messi i costi (molto più bassi) del riuso temporaneo rispetto alle perdite di valore (molto alte) dal punto di vista immobiliare, patrimoniale, socio-urbanistico.

Le ipotesi fanno leva su numeri?

Sì. In Italia oggi ci sono oltre due milioni gli spazi vuoti, di diverse tipologie, di proprietà pubblica e privata, sparsi per il territorio, di epoche che vanno dal '700 a oggi. Si va dalle ex fabbriche e capannoni industriali dismessi, alle stazioni ferroviarie chiuse, agli ex macelli, cinema e teatri non più in uso, uffici e negozi, sino ad arrivare ai "paesi fantasma", borghi del tutto abbandonati. L'azione di riuso (anche temporaneo) riguarda per forza solo una di parte di questi immobili (tra i 30.000 e i 50.000 all'anno) che, ai fini dell'avvio di start up giovanili in campo sociale e culturale, si ipotizza sia, nel breve periodo, dell'uno per mille. Riuscendo a selezionare le strutture più idonee al tipo di investimento, si contribuirebbe a contrastare la disoccupazione giovanile del 5-10%, ipotizzano che in ciascuno ci lavorino dai due alle sei persone, nei primi tre anni.

E che cosa si dovrebbe fare in questi spazi?

La ricerca ha fatto emergere che le vocazioni riguardano nuove funzioni d'uso legate a un abitare diverso: c'è già un'architettura del riuso in Europa, che vede addirittura moduli funzionali e in classe energetica A+, da collocare nelle strutture post industriali per farne campus studenteschi o progetti di social housing. In ogni caso, ho visto co-working, co-housing, fab lab, music club, gallerie d'arte, factory, palestre di free climbing, skate park.

E gli enti pubblici?

E' chiaro che questi sono progetti innovativi e l'innovazione non può procedere attendendo l'unanimità dei consensi e i tempi lunghi delle istituzioni. Così, nell'attesa di una legge sul riuso temporaneo, ci sono Comuni pionieri di queste buone prassi: Milano e Bologna in primis. E poi il ministero della Difesa che concede gratuitamente ex caserme, quello delle Politiche giovanili che concede in uso beni culturali per

farne start up.

Che cosa si potrebbe fare per incentivare il riuso in Italia?

Nella postfazione di Roberto Tognetti, si propone il passaggio da queste “buone prassi” a una vera e propria “policy” sul tema. Forse è il momento giusto per provarci. La tesi di fondo infatti è che il riuso (anche temporaneo) degli spazi sia vantaggioso per tutti: per i proprietari (che vedono il fine termine del ciclo di perdita di valore), per i giovani (che creano occasioni di nuova occupazione) e per il pubblico, che dà vita a percorsi di rigenerazione urbana e sociale. Come si innescano questi progetti? Le esperienze d'avanguardia dei Comuni di Milano e Bologna vedono il Pubblico che decide di mettere a disposizione i beni con un Avviso pubblico e una dotazione di capitale iniziale. Oppure il patrimonio viene messo a garanzia di un fondo per lo start up di progetti. O ancora, l'ente pubblico diventa il garante rispetto ai proprietari di operazioni temporanee di riuso.

E per stare sempre informati “sul pezzo”?

Chi volesse può mettere un “Mi piace” alla pagina Facebook di riusiamo l'Italia o visitare il sito www.riusiamolitalia.it.

In tema di Expo... come ridurre gli sprechi alimentari?



Sprechi alimentari. FAO e Coldiretti: ecco le regole da seguire

(articolo tratto da <http://www.sicurezzaalimentare.it/sicurezza-produttiva/Pagine/Sprechi-alimentari-FAO-e-Coldiretti-e-colleregoleda-seguire.aspx>)

Secondo la FAO, circa il 25% delle calorie alimentari vengono scartate ogni anno. Si è spesso inconsapevoli, ma sicuramente colpevoli, di quanto cibo viene sprecato. Saremo 9 miliardi di persone nel 2050 ed è tempo di esaminare e correggere i comportamenti. Ecco alcuni consigli.

1. **Comprare solamente ciò di cui si ha bisogno.** Sembra abbastanza scontata come affermazione ma spesso con le offerte o i mitici prendi 2 paghi 1, si tende a comprare più del necessario. Si può correre ai ripari, pianificando accuratamente la spesa settimanale, magari facendo una lista sulla base delle proprie esigenze. Regola antispreco ma anche salvadenero.

2. **Non buttare via il cibo buono.** Data di scadenza e termine minimo di conservazione sono sicuramente utili ma sono generalmente solo delle stime.

3. **Ridurre le porzioni o suddividerle.** Ad esempio nei ristoranti chiedere una porzione più piccola o metà porzione, se non si è sicuri di riuscire a mangiare tutto. Altrimenti, condividere la propria porzione con qualcun altro. Occasionalmente si possono organizzare feste o cene particolari, riciclando con ottime ricette alcuni avanzi di cibo ancora buono.

Regole antispreco che di questo periodo vanno a braccetto con iniziative antocrisi. In Europa, ci si sta incentrandando sul recupero regolato dei cibi ancora commestibili. Si veda il caso Grecia in cui la politica si è attivata per permettere la vendita di prodotti al di là del TMC a prezzi ridotti, o in Italia con il last minute market. Negli USA spopolano i freegans, ma anche lì ci si sta attrezzando per politiche di recupero organizzato.

Ma **Coldiretti** ne aveva suggerite di altre:

4. **Fare la lista della spesa:** permette di evitare di soccombere agli acquisti di impulso, che sono quelli di cui non abbiamo realmente bisogno

5. Evitare **offerte allettanti ma di cose tutto sommato inutili** (3x2 e altro: subito ci sembra un affare, poi magari lo buttiamo). Molte offerte riguardano poi lotti prossimi a **termine di conservazione**: attenti

6. Per i deperibili, il risparmio vero consiste nel comprare solo ciò che ci serve!

7. Bisogna sapere che i supermercati fanno **offerte in determinati periodi dell'anno**, spingendoci a comprare di più: Natale, Pasqua, ritorno dalla ferie in Agosto-

8. **Riordinare il frigorifero periodicamente, evitando effetto "cumulo"**

9. **Ricette antispreco:** molte ricette della tradizione italiana nascono come "povere" quindi naturalmente antispreco, con pochi ingredienti; altre nascono invece proprio dal bisogno di consumare gli avanzi, spesso con pane vecchio (vedi caciucco

o altre zuppe regionali, o le frittate, polpette, verdure ripiene, involtini, spezzatino, etc). Il banco Alimentare ha stilato un bel ricettario con le ricette anti-spreco, Coldiretti da tempo ne propone diverse.

10. Corretta conservazione. Cibo conservato male dura di meno. Attenzione alle condizioni di temperatura ed umidità per frutta e verdura- da conservare al fresco e al riparo da agenti atmosferici (se nel frigo, nell'apposito vano).

In ogni caso, il tema è ancora caldo e c'è bisogno di fare di più, ma di fatto, in questo, caso la crisi economica rende più virtuosi, lo sa bene il popolo italiano. Secondo **un'indagine dell'anno scorso Coldiretti/SWG** buttiamo circa 11 miliardi di euro di cibo ogni anno ma allo stesso tempo due italiani su tre hanno ridotto gli sprechi. Il 67% ci è riuscito facendo più attenzione agli acquisti, il 59% ha riutilizzato gli avanzi, con un po' di fantasia si possono inventare tanti piatti antispreco. Il 40% ha comprato di meno e il 38% ha fatto più attenzione alla data di scadenza.

NDR: ...e in merito, un'azienda brasiliana ha già creato un nuovo – divertente – modello di business: piatti di dimensione "ridotta" a forma di mezzaluna, per contenere meno cibo, ovvero quel 20% di porzioni standard che troppo spesso finiscono nella spazzatura. Guarda il bellissimo video su: <https://www.facebook.com/video.php?v=10151787219529910>

Tempesta da rendicontazione sociale

Uso e abuso dei report sociali e integrati nelle aziende: rendicontazione o “lifting”? **Sustainability report, or thinly veiled public relations documents...**

“TEMPESTA DA RENDICONTAZIONE SOCIALE” – Uso e abuso dei report sociali e integrati nelle aziende: rendicontazione o “lifting”?

Sustainability report, or thinly veiled public relations documents...

Mercoledì 27 maggio 2015 – ore 16:45 -> 19:00

Milano, sala meeting Laboratori GUNA – Via Palmanova n° 69 – a 50 mt. dalla fermata MM Cimiano linea verde

è lieta di invitarLa alla tavola rotonda:

"TEMPESTA DA RENDICONTAZIONE SOCIALE"

**Uso e abuso dei report sociali e integrati nelle aziende:
rendicontazione o "lifting"?**

*Sustainability report,
or thinly veiled public relations documents...*

*Mercoledì 27 maggio 2015 – ore 16:45 -> 19:00
Milano, sala meeting Laboratori GUNA – Via Palmanova n° 69
a 50 mt. dalla fermata MM Cimiano linea verde*

Modera

Luca Testoni – Direttore della testata ETicaNews.it

Tavola rotonda con

Toni Muzi Falconi – Professore ed esperto internazionale di RP

Michele Tesoro-Tess – Direttore Reputation Institute per Italia e Medio Oriente

Luca Poma – Giornalista, docente, autore Gruppo Sole 24 Ore

Silvio de Girolamo – Gruppo Autogrill

Stefano Peruzzotti – Fondazione Don Gnocchi

Ambrogio Piccoli – Presidente Commissione Bilancio ARGIS

Michele Riva – PKF Revisione e Certificazione di Bilancio

Elisa Menuzzo - Came S.p.a.

Ingresso gratuito – prenotazione obbligatoria: a.zaghini@guna.it - +39 02.28018202

Sono previste domande dal pubblico ai relatori e dibattito

Al termine dell'evento verrà offerto un rinfresco