

Il valore dei linguaggi

Le tecnologie hanno cambiato il modo di esprimersi e di conoscere. Di questo si parlerà al Club Arenella di Siracusa, dove dal 30 settembre al 2 ottobre si svolge la seconda Convention Sistema Comunicazione Responsabile. Al convegno partecipano i rappresentanti delle istituzioni, della comunicazione, dei media e dell'impresa. Durante la tre giorni anche l'assegnazione dei Premi Areté



I protagonisti del mondo istituzionale, accademico, della comunicazione, dell'editoria e dell'impresa si incontrano a Siracusa dal 30 settembre al 2 ottobre nell'ambito dell'iniziativa Premio Areté/Sistema Comunicazione Responsabile, promossa dal Club Santa Chiara e da *Tempo Economico*, in collaborazione con Altis (Alta scuola impresa e società), Nielsen Media Research, Planet Life Economy

Foundation e Club Arenella, il complesso turistico che ospita l'evento.

“E' un'iniziativa - dichiara Gian Paolo Gualacini, presidente del Club Santa Chiara e vice presidente nazionale della Compagnia delle Opere - al quale il Club tiene moltissimo perché ci interessa premiare i soggetti pubblici e privati che fanno comunicazione responsabile. E' anche un'occasione per mettere a tema che cosa è veramente la responsabilità sociale. Vale a dire non qualcosa che si aggiunge a ciò che si fa abitualmente, come ad esempio una buona azione, ma qualcosa di intrinseco a quello che si fa. La prima edizione ha riscosso un grosso successo, ben oltre le nostre aspettative. E per questo motivo abbiamo deciso di riproporre la manifestazione annualmente. Quest'anno c'è molta attenzione e interesse da parte degli enti locali e possiamo contare sulla presenza di

sponsor di grande rilievo. Così come, quest'anno, sono state tantissime le domande di partecipazione al premio”.

Anche in questa seconda edizione la convention si occuperà di approfondire uno dei temi cardine del sistema.

“Si occuperà dei linguaggi della comunicazione - spiega il direttore di *Tempo Economico* e ideatore del premio Enzo Argante - e più precisamente su come le tecnologie abbiano cambiato, nel giro di pochi anni, le forme espressive a tutti i livelli, personali e non. Evoluzione che comporta sempre nuove responsabilità da parte di chi comunica. Obiettivo della Convention è aprire un dibattito proprio su questi temi e vuole essere un primo momento di riflessione su quanto sta avvenendo”.

I lavori si articolano in tre sessioni: alla prima, dedicata al tema 'Istituzioni e Mercato', parteciperà anche il ministro del Welfare Roberto Maroni, mentre la seconda e la terza si focalizzeranno, rispettivamente, su 'Media e Tecnologia' (con la partecipazione di Mauro Mazza, direttore del Tg2-Rai, e di Mario Giordano, direttore di Studio Aperto-Italia1) e su 'Uomo e Società', con la partecipazione di Alberto Contri, presidente di Pubblicità Progresso, oltre che nuovo presidente della Giuria deputata alla designazione dei vincitori del Premio Areté.

Undici le categorie in gara nell'edizione 2005, che registra una new entry: la sezione 'Comunicazione interna', intesa come elemento strategico nella gestione organizzativa dell'ente e dei flussi informativi, sia dal punto di vista del consolidamento e della condivisione del know how interno, sia come scambio 'vitale' finalizzato a migliorare i principi di efficienza di un'organizzazione.

Oltre ai premi di categoria, verranno assegnati anche un primo premio assoluto e alcuni premi speciali.

Nella prima edizione sono stati più di 100 i progetti candidati, mentre sono stati oltre 200 i partecipanti alla Convention del Sistema Comuni-

cazione Responsabile.

Il primo premio assoluto per il miglior prodotto comunicativo nell'ottica della responsabilità sociale è invece andato, nel 2004, al film girato dal regista Ermanno Olmi 'Cantando dietro i paraventi'.

Tra gli sponsor della seconda edizione del Premio Areté, BNL, Banca Intesa, Alcatel, Bayer, Sipra, mentre sponsor tecnici sono la società milanese Ipermedia e la siracusana Florida2.

Tutte le categorie che
concorrono al Premio

Comunicazione d'impresa

Comunicazione pubblica

Comunicazione sociale

Comunicazione interna

Editoria

Radio

Televisione

Internet

Cinema

Teatro

Giornalisti

Club Santa Chiara

Gli obiettivi del Club



Un punto di incontro, di confronto e di riflessione tra i protagonisti della comunicazione che operano nel mondo dei media e della pubblicità e che condividono l'obiettivo di promuovere con il loro lavoro un'informazione e una rappresentazione della realtà ispirata alla ricerca del vero, del giusto e del bello. Questa la mission del Club Santa Chiara, associazione

nazionale della comunicazione senza fini di lucro, che raccoglie utenti e operatori del settore. Caratteristica del Club Santa Chiara è l'aver sempre posto l'accento sulla persona e sul desiderio di utilità e di significato per il proprio lavoro, convinti che gli operatori della comunicazione debbano assumersi sino in fondo la responsabilità umana e culturale della propria professione. L'Associazione Club Santa Chiara, diretta e gestita in base a un proprio statuto, prevede un presidente, un direttivo, un consiglio nazionale, un direttore e una segreteria generale, che operano insieme a un Comitato scientifico e ad altri organi. Presidente del Club è Giampaolo Gualaccini (nella foto), mentre Lucio Bergamaschi e Angiolino Lonardi sono vice presidenti rispettivamente per Milano e per Roma.

Nielsen Media Research

Un centro d'eccellenza per il media information



Nielsen Media Research nasce nel 2000, in seguito all'acquisizione di Ac Nielsen da parte del colosso olandese dell'editoria Vnu, diventando un'unità operativa indipendente attiva nelle ricerche e nelle analisi sui media. La nuova configurazione di Nmr e la creazione del relativo network internazionale, insieme all'utilizzo di innovativi strumenti tecnologici, promossi da un centro di sviluppo di tecnologie d'avanguardia in Florida, fanno della struttura un centro d'eccellenza nell'ambito del media information. Le attività

della società offrono servizi e strumenti informativi in materia di rilevazione delle audience (su tv, radio, stampa e affissioni), di monitoraggio degli investimenti in comunicazione e di ricerche ad hoc per tutta l'area dell'advertising classico. Nielsen Media Research è presente in quasi tutti i Paesi del mondo per un totale di 8mila addetti e più di 1000 clienti. Managing director di Nmr per l'Italia è Paolo Duranti (nella foto).

Un'alta scuola per la Csr



Diretta dal professor Mario Molteni (nella foto), ordinario di Economia aziendale e strategia d'impresa, Altis - Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica di Milano, si propone come centro internazionale di studi e formazione superiore nell'ambito della Corporate social responsibility (Csr).

Mission della struttura: la promozione del management responsabile, che sia attento a tutti i fattori (economici, sociali e ambientali). Tra le attività promosse, la capacità di gestire l'impresa creando sinergie tra competitività e responsabilità sociale; il buon governo delle imprese profit e nonprofit; l'interazione tra profit e nonprofit per lo sviluppo del Paese; lo sviluppo di imprenditori e manager in grado di gestire i progetti di internazionalizzazione, anche con attenzione ai temi della sostenibilità. Con questi obiettivi, Altis organizza iniziative di formazione (Master e post-experience), osservatori permanenti, ricerche, convegni e workshop.

Una onlus per la compatibilità



Diversamente da altre associazioni e iniziative che si occupano soprattutto a livello concettuale di temi come la sostenibilità, la solidarietà e la Csr, Planet Life Economy Foundation studia e interviene direttamente sulla catena del valore delle imprese per migliorarne il profilo strategico e competitivo, e di conseguenza la redditività, raccordando l'offerta con una domanda sempre più consapevole, insoddisfatta e critica. L'obiettivo di fondo è quello di favorire l'evoluzione della compatibilità tra ambiente, società e mercato. La Fondazione onlus è strutturata in un Comitato scientifico (che sovrintende alle attività di studio, di ricerca

e di sperimentazione); Comitato dei manager (che si occupa operativamente dello sviluppo di tecniche, processi, culture e modelli industriali); Comitato di sviluppo (che presiede allo sviluppo della Fondazione sia in termini di immagine e di relazioni, sia in termini di allargamento della base associativa e territoriale attraverso funzioni operative) e Servizi (che supporta operativamente la fondazione, i suoi comitati tecnici. Presidente, oltre che fondatore, di Planet Life Economy Foundation è Paolo Ricotti (nella foto).

La giuria che assegnerà i premi

Alberto Contri - Presidente di Pubblicità Progresso, è anche presidente della Giuria del Premio Aretè.

Piero Bassetti - Presidente dell'associazione Globus et Locus.

Alessandro Beda - Vice presidente di Sodalitas

Dario Bolis - Direttore comunicazione di Fondazione Cariplo.

Marella Caramazza - Dean & Managing Director di Istud (Istituto Studi Direzionali)

Gian Paolo Gualaccini - Presidente del Club Santa Chiara e vice presidente nazionale della CdO

Donato Iacovone - Partner di Ernst & Young

Paolo Mazzanti - Direttore generale di Asstel

Mauro Miccio - Docente in materie sulla comunicazione presso le Università di Catania e di Roma Tre

Mario Molteni - Professore di Economia aziendale presso l'Università Cattolica di Milano

Federico Montelli - Direttore Formaper Cciao

Mons. Luigi Negri - Vescovo della Diocesi di San Marino - Montefeltro, è docente all'Università Cattolica di Milano

Andrea Piersanti - Presidente dell'Istituto Luce

Michele Perini - Presidente di Fiera Milano. Fa parte del direttivo di Telefono Azzurro

Paolo Ricotti - Presidente e fondatore di Planet Life Economy Foundation

Don Vincenzo Rini - Direttore del settimanale diocesano *La Vita Cattolica*

Carlo Romeo - Responsabile Segretariato Sociale Rai

Elia Zamboni - Vice direttore del *Sole 24 Ore* e direttore di Radio 24.

Mario Zanone - Presidente di Intesa Mediocredito

Andrea Zorzi - Responsabile comunicazione interna di Banca Intesa, direttore responsabile di WebIntesaTv

Immersi nella macchia mediterranea



stelle, aperta nel giugno del 2004, sorge in una delle più belle e suggestive zone costiere del Mediterraneo e, con i suoi 72 ettari di superficie totale, è uno dei complessi turistici più estesi della Sicilia. Le camere, 460 in tutto, dispongono di ogni comfort, presa per connettersi a Internet inclusa.

Nei quattro chilometri di costa, che costituiscono il confine sul mare del villaggio, si alternano suggestive calette lambite da un

Anche quest'anno sarà il Club Arenella (a una decina di chilometri da Siracusa) a ospitare la seconda Convention del **S i s t e m a Comunicazione**. La struttura turistica, a quattro

mare cristallino. Il posto è anche un ideale punto di partenza per andare alla scoperta - in barca, a piedi e, solo per i più valorosi, a nuoto - di straordinari paesaggi immersi in una fascia di territorio ancora incontaminato.

Il Club Arenella mette a disposizione dei clienti amanti dello sport un campo da bocce, un campo da calcetto, beach volley, tiro con l'arco. Mentre un team di animatori organizza corsi collettivi di wind surf, vela e canoa a partire dal mese di giugno. Una palestra e la possibilità di effettuare massaggi sono invece riservati ai patiti del fitness e del benessere.

Il villaggio, che dispone al suo interno di edicole e di un punto bancomat, fornisce inoltre ai clienti che vogliono ammirare le bellezze architettoniche della vicina città di Siracusa, visitarne i musei, o semplicemente fare shopping un servizio di navetta gratuito in orari prestabiliti, sia al mattino sia al pomeriggio, a seconda della stagione.

Dal Club Arenella possono anche essere organizzate escursioni per le più belle città della Sicilia e per le oasi naturalistiche poco conosciute.

Ecco il programma della Convention

Venerdì 30 settembre

9.30 - 12.30

ISTITUZIONI E MERCATO

chairman: Enzo Argante

La comunicazione e la pubblicità in Sicilia

Saluto delle Autorità

Salvatore Cuffaro, Presidente Regione Siciliana

Bruno Marziano, Presidente Provincia Regionale di Siracusa

Giambattista Bufardeci, Sindaco Comune di Siracusa

L'identità italiana nel linguaggio del Quirinale

Paolo Peluffo

Consigliere Comunicazione Presidenza della Repubblica

La Pubblica Amministrazione

Roberto Maroni, Ministro del Welfare

Le istituzioni territoriali

Fulvio Matone

Responsabile Comunicazione Regione Lombardia

La Marca

Daniele Rosa, Direttore Corporate Communications Bayer

La pubblicità

Paola Manfroni, Art Directors Club

Il ruolo di una grande banca

Davide Cefis, Responsabile Comunicazione BNL

14.30 - 17.30

MEDIA E TECNOLOGIA

chairman: Lucio Bergamaschi

La comunicazione e la pubblicità in Sicilia

Lo scenario

Mario Morcellini

Preside Facoltà Scienze della Comunicazione "La Sapienza"

La televisione

Mauro Mazza, Direttore Tg2

Mario Giordano, Direttore Studio Aperto

Nuovi media globali

Roberto Sergio, Direttore Nuovi Media Rai

Il cinema

Giancarlo Leone, AD Rai Cinema

I giovani e la comunicazione

Paolo Ricotti, Presidente PLEF

Alcatel

Sabato 1 ottobre

9.30 - 12.30

UOMO E SOCIETA'

chairman: Alberto Salsi

La comunicazione e la pubblicità in Sicilia

La comunicazione sociale

Carlo Romeo, Segretariato Sociale Rai

La visione

Mario Unnia, politologo

L'uomo

Mons. Luigi Negri

Vescovo Diocesi San Marino-Montefeltro

Comunicazione e Istituzioni

Giorgio Fiorentini, Università Bocconi

Gli scenari

Stefano Zapparoni, Presidente COSIS

Premio Aretè

Alberto Contri

Presidente Pubblicità Progresso

Conclusioni

Gian Paolo Gualaccini

Presidente Club Santa Chiara

Vice Presidente Nazionale Compagnia delle Opere