Sostenibilità, territorio e cultura: ecco come raccontare le aziende

VERDERIO (gti) Dopo la visita alla sede di Netweek e la lectio magistralis dedicata ai giornalisti del gruppo, **Marco Bardazzi** ha incontrato gli stakeholder del territorio in una colazione di lavoro al ristorante cascina «La Salette» di Verderio. Molti i temi emersi discutendo con imprenditori e rappresentanti delle associazioni di categoria. A introdurre l'appuntamento è stato **don Davide Milani**, prevosto di Lecco, che ha proposto alcune riflessioni ai presenti. «Come trasformare le nostre realtà in un lavoro sui contenuti? Dietro ogni prodotto c'è una visione del mondo, ci sono storie che vanno raccontate. Tutti noi amiamo il nostro territorio, come facciamo a comunicarlo in ciò che facciamo? E' una riflessione necessaria perché territorialità significa ricchezza». In risposta a questa prima provocazione, Bardazzi ha sottolineato l'importanza di alcuni temi fondamentali di quest'epoca tra cui la sostenibilità. «Il rischio è di essere assorbiti totalmente dalle contingenze che, seppur importanti, non devono far perdere la "big picture" - ha detto - Ci sono grandi temi che devono far parte della comunicazione e del "purpose" di un'azienda, ovvero il suo scopo e il motivo per cui opera. Le aziende devono costruire le propria narrazione e riappropriarsene, prendendo posizione su grandi temi anche a livello locale».

Da qui una serie di domande e riflessioni da parte dei presenti: la difficoltà di comunicare - in particolare la sostenibilità - come hanno evidenziato **Sara Sottocornola** (Omet), **Chiara Bellù** (Technoprobe) ed **Elena Buratti** (Cogeser). «La sostenibilità viene vista come un obiettivo per rispondere agli obblighi, ma è la strada da prendere per il futuro - ha risposto Bardazzi - Per prendere posizione rispetto a determinati temi bisogna passare sempre dalla comunicazione interna, questo ha riflessi anche sul personale che viene assunto». Ancora, i nuovi modi di comunicare: in particolare ai giovani, utilizzando i diversi strumenti offerti soprattutto dal web, ma anche ai propri dipendenti e agli stakeholder e pure a target diversi. Ma anche una comunicazione aziendale che valorizzi la cultura d'impresa e il territorio, infine come comunicare anche le proprie debolezze e difficoltà. Argomenti, questi, portati al centro della discussione da **Alberto Pettinelli** (Bcc Milano), **Alberto Arrighi** (Qc Terme), **Rossella Mastrototaro** (Fiera Milano), **Paolo Busnelli** (Acinque), **Pierangelo Marucco** (Marucco Design) e **Lorenzo Colombo** (Italcementi). «I social e i giovani non vanno considerati come realtà disinteressate, bisogna essere in grado di spiegare temi complessi in maniera interessante e comprensibile - così Bardazzi - In generale dobbiamo interrogarci sul valore aggiunto della nostra azienda, cosa abbiamo da comunicare». Infine, la parola è passata ai rappresentanti delle diverse associazioni di categoria e un accenno alla comunicazione politica: **Francesca Zucchi** (Confindustria Lecco Sondrio), **Marco Magistretti** (Confcommercio Lecco), **Anna Masciadri** (Api Lecco) e **Luca Checola** (portavoce dell'assessore regionale Guido Guidesi). «Per aiutare le piccole realtà a comunicare si può puntare sul raccontare singole storie creando un quadro comune - ha risposto Bardazzi - Inoltre potete far capire agli imprenditori che serve conoscere quali saranno le competenze del futuro». I saluti finali, al termine dell'incontro, sono stati espressi dall'ad di Netweek **Alessio Laurenzano**.

Imprenditori e rappresentanti delle realtà associative alla colazione di lavoro a «La Salette»

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

17 ottobre 2022

GIORNALE DI LECCO
LUNEDÌ 17 OTTOBRE 2022

Marco Bardazzi e Alessio Laurenzano, amministratore delegato del gruppo Netweek

Don Davide Milani, prevosto di Lecco, insieme a Marco Bardazzi al ristorante La Salette durante l'incontro con gli stakeholder