

VareseNews

Think To e la comunicazione d'impresa, un successo da sold out per la prima edizione

Pubblicato: Martedì 2 Ottobre 2018



9 Speaker per 12 minuti a testa. Al centro la comunicazione d'impresa e i suoi cambiamenti in un mondo dominato dai social network che non dimentica però l'importanza delle relazioni umane vis à vis. Un successo quello della prima edizione di **“Think To – Comunicare l'impresa: Social Media, Storytelling e il Valore dell'Incontro”**.

Andato in scena venerdì 28 settembre ai Molini Marzoli di Busto Arsizio, in una sala Tramogge sold-out, l'evento ha tenuto il pubblico con il fiato sospeso per tutto il pomeriggio. Ad organizzarlo, **Think** (agenzia pubblicitaria di Busto Arsizio con esperienza decennale) e il Comune di Busto Arsizio, in particolare grazie al sostegno del consigliere comunale **Alessandro Albani** e l'assessore al Marketing, **Paola Magugliani**.

Così, stimolati da un anchor man d'eccezione, Germano Lanzoni (in arte il volto de **Il Milanese Imbruttito**), uomini e donne d'impresa hanno condiviso con gli intervenuti esperienze e case history. Ma Think To non è solo impresa per l'impresa: con l'occasione l'iniziativa ha raccolto fondi per **Aguav**, Fondazione Audiologica di Varese, Onlus che da oltre 30 anni si occupa di problemi di sordità e vertigini negli adulti e nei bambini in collaborazione con l'Audiovestibologia dell'**Ospedale di Circolo di Varese** e per la quale lo stesso Lanzoni è personalmente legato.



Ad aprire le danze è toccato **Francesco Pinto** (International Business Development Director di Pianoforte Group) per il brand Yamamay: «Tutto quello che accade nel nostro mondo, a livello sociale, oggi nasce dal web –ha sottolineato– Un marchio deve stare sui social per raccontare sé stesso e per generare interazione con i propri utenti». A seguire, **Simon Giuliani**, Global Director Marketing di Candiani, ha incentrato il suo intervento sulla creatività al servizio dell'apprendimento: «Bisogna entusiasmare il proprio pubblico, interessarlo per mandargli poi messaggi. Entusiasmare, educare e fidelizzare, per questo parlo anche di edu-creation». La terza speaker, **Lucia Tagliaferri**, Commercial Director Consumer Goods di Essity ha invece posto l'accento sull'importanza dell'accettare il cambiamento: «Capire il digital e affrontare il cambiamento significa innovazione, vantaggio, aiuto e supporto. È necessario cavalcare il cambiamento ma i social sono da bilanciare con le relazioni umane, senza le quali si può solo tornare indietro».

Nerd vs social media marketing: è stata poi una giovane ma preparatissima **Ivana Basaric**, Corporate Marketing Communications Specialist di Elmec Informatica, a far riflettere sull'importanza di fare rete sui social: «Provate voi a spiegare i social ai nostri nerd, vi assicuro che non è semplice. Gli IT non li gradiscono, sono tutto l'opposto di sicurezza e privacy ma bisogna seguire i trends per sfruttarne le possibilità». A porre l'accento sulla ricchezza delle relazioni umane, è stato invece **Valentino Magliaro**, il 26enne di Obama Foundation che nel DNA porta carisma e strette di mano. E così, anche grazie al suo passaggio, è arrivato al primo Think To **Aldo Pecora**. Il direttore di Ninja Marketing e giornalista televisivo, ha quindi condiviso con la platea l'importanza di svolgere con amore il proprio lavoro sui social: «Bisogna essere cortesi, farsi desiderare, instaurare curiosità e non produrre mai dei contenuti che siano delle sveltine. Dobbiamo ricordarci della nostra audience e farla sentire importante. Le aziende possono avere quanti fan vogliono, ma se non gli si dà amore non ci sarà alcun feedback».

E se di amore e passione si parla, l'esempio più calzante non poteva che essere quello della Unendo Yamamay, la squadra di pallavolo femminile di Busto Arsizio in serie A raccontata magistralmente ogni giorno nel web grazie a **Enzo Barbaro** e **Giorgio Ferrario**. Al centro della loro comunicazione, prima di tutto, i tifosi: «Le nostre campagne si basano su concetti al centro dei quali ci sono i tifosi –hanno sottolineato–. Raccontiamo la nostra storia e siamo un faro per molti ambienti, questo è motivo di

grandissimo orgoglio». A chiudere Think To, il fenomeno Parole O_Stili grazie alla sua Advisor, **Daniela Pavone**. Il movimento che invita ad adottare il manifesto della comunicazione non ostile è così approdato anche Busto Arsizio. «Le aziende sono le odierne agorà, dove le persone passano la maggior parte del loro tempo –ha sottolineato la relatrice– Il web può avere dei risvolti molto negativi sulle persone se non utilizzato con coscienza».



«Siamo fieri e orgogliosi –commentano soddisfatti **Matteo Toia**, titolare di Think e la socia **Anja Azimonti**– nonché travolti da un consenso ampissimo e una palpabile soddisfazione. Dopo un certo timore pre-evento ora, grazie al contributo di speaker, sponsor, del team Think e delle istituzioni, siamo certi di avere messo in campo un’iniziativa che resterà nel cuore e nella testa di chi si è messo in ascolto e ha condiviso con noi questa stupenda esperienza. La notizia più bella è che in molti hanno sostenuto Aguav con donazioni proprie e anonime e, al netto di ogni spesa, nonostante la gratuità dell’evento, riusciremo anche a consegnare ad Aguav un sostanzioso assegno bancario, oltre all’incoraggiamento e al sostegno di sempre. Essere all’altezza per la prossima edizione è una sfida già iniziata, ci fossero candidati speaker e sponsor sostenitori, ben vengano. E se altri giovani vorranno mettersi al servizio dell’evento gestendo accoglienza e servizi connessi saranno i ben venuti stiamo anche pensando ad un coinvolgimento delle scuole ma per ora on vogliamo svelare altro se non restituire un grazie».

Chi è e cosa fa Aguav

Aggiunge infine il consigliere comunale di Busto Arsizio **Alessandro Albani**: «Un grande evento con contenuti di spessore e ospiti importanti. Senza dimenticare l’importanza della restituzione. È importante che le imprese che fanno business abbiano dimostrato la loro attenzione nei confronti delle figure più deboli e più fragili per rendere questa società migliore e più accogliente, sostenendo in questo caso Aguav». Un evento che ha dimostrato quanto ancora le **relazioni umane** siano al centro della comunicazione e del fare rete, permettendo di far incontrare tra loro eccellenti realtà aziendali dalle più svariate competenze, non solo dall’impegno di Think ma anche **grazie al sostegno di** Banca Aletti e Tork (main sponsor), Aertre, Alpac, Cartiera Olona, Crespi Gomme, Gobbo Allestimenti, Istituto San

Carlo, Metallurgica Marcora, Unipol Sai divisione Nuova Maa, SAC Studio d'Arte Contemporanea, Albè e Associati studio legale, Teknomast e gli sponsor tecnici Arti Grafiche Alpine e Pubbliline. La strada è tracciata quindi, con certezza, per una seconda edizione di Think To.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it