

Come raccontare la bellezza di fare impresa, se ne parla a Glocal22

Pubblicato: Giovedì 10 Novembre 2022



Come raccontare la cultura d'impresa e perché farlo nel modo giusto può essere un'opportunità sia per l'azienda che per il territorio. Questo il tema al centro dell'incontro *Informazione o comunicazione per la cultura d'impresa?* che si è tenuto giovedì 10 novembre al Salone Estense di Varese nel corso del Festival Glocal. All'incontro hanno partecipato **Antonio Calabrò**, giornalista e fondatore di Museimpresa, **Barbara Cimmino**, cofondatrice di Yamamai, **Davide Cionfrini** e **Silvia Giovannini**, giornalisti dell'ufficio stampa di Confindustria Varese.

«La cultura d'impresa – ha affermato Calabrò – è il modo in cui l'impresa entra in contatto con le realtà all'interno e all'esterno di se stessa. L'impresa può vivere il legame con la cultura in due modi: da un lato l'impresa può fare semplicemente da mecenate, dall'altro può lei stessa diventare soggetto culturale attivo. La cultura è un romanzo, un film, un'opera teatrale, ma è anche chimica, una nuova lega di carbonio fondamentale per l'industria aeronautica, cultura sono le misure di welfare che l'azienda mette a disposizione dei lavoratori. **Bellezza, efficienza, innovazione e produttività tutto questo rende l'impresa meritevole di essere raccontata.**»

«La cultura d'impresa – ha aggiunto Cimmino – è l'elemento che allaccia tutti gli stakeholder del nostro sistema valorizzando la loro identità. Questo legame può trasformarsi in valore concreto e duraturo. **Solamente se un'azienda riesce a sovrapporre perfettamente quello che fa, quello che racconta e quello che veramente è può presentare al pubblico un'immagine di sé riconoscibile e coerente.**»

Ma riuscire a raccontare la cultura d'impresa diventa una vera sfida, quando il contesto in cui ci si muove è ricco di pregiudizi che delle imprese dipingono un ritratto negativo. **«Da alcuni anni – ha spiegato Cionfrini – a Confindustria Varese abbiamo affiancato al tradizionale lavoro di ufficio stampa una nuova squadra con l'obiettivo di raccontare la cultura d'impresa direttamente attraverso le storie delle aziende del territorio.** Molte imprese sono ricche di notizie, ma spesso i titolari non le riconoscono, tocca a noi scoprirle e raccontarle con un lavoro completamente di tipo giornalistico».

«Noi – ha continuato Cionfrini – raccontiamo la realtà dell'industria andando oltre gli stereotipi, mostrando cosa c'è veramente dietro i cancelli di un'impresa soprattutto a chi in un'azienda non c'è mai entrato. Non sempre è facile e anche raccontarlo ai giornalisti è spesso una sfida. La maggior parte dei giornalisti cerca il titolo, la notizia eclatante, ma se si vuole convincerli a raccontare temi più approfonditi, diventa molto più difficile catturare il loro interesse».

«La comunicazione – ha sottolineato Calabrò – è il racconto e il racconto non è marketing. **Raccontare la cultura d'impresa significa presentare alle nuove generazioni una narrazione costruttiva e attraente di cosa significa lavorare nell'industria.** Le imprese sono le uniche realtà che producono benessere, lavoro e innovazione, ma per raccontarsi, le imprese devono essere pronte ad aprirsi al pubblico e anche affrontare il rischio di critiche».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it