

**PROGRAMMA 2020/2024**

**SEZIONE EDITORIA, INFORMAZIONE E  
AUDIOVISIVO**

**Massimo Cicatiello**

**28 aprile 2020**

# I MESI SCORSI..

Il periodo intercorso tra la mia precedente elezione, di breve durata (circa 10 mesi) certamente di non facile gestione, è stato essenzialmente caratterizzato da alcuni fatti di assoluta rilevanza:

- **Mercato della Comunicazione** in grande fermento a causa dell'accorpamento di tutte le sue espressioni in un'unica sigla associativa (UNA) e relativo ingresso in Confindustria.
- **Mondo dell'editoria** caratterizzato da una crisi senza precedenti a livello di sconvolgimento del mercato con riflessi sui modelli organizzativi, oltre che di interlocuzione con la politica.
- **Segmento Cinema** passato da una prima fase di grande entusiasmo e fermento ad una fase di profonda crisi a causa del fortissimo impatto generato dalla crisi pandemica, e da conseguenti ripercussioni in termini di fatturato (box office e produzioni)
- Crisi di tutti i comparti industriali a seguito del lockdown imposto per arginare la crisi.



# LA SEZIONE

E' utile ricordare che nei mesi scorsi il comparto del Cinema ha ipotizzato di uscire dalla nostra Sezione per costituire una Sezione indipendente. Sono felice di constatare che il progetto è poi stato abbandonato dai promotori.

Personalmente continuo a considerare un valore quello di rappresentare nella medesima Sezione aziende appartenenti a comparti diversi, ma complementari.

Le nostre sono tutte Aziende accomunate da una caratteristica: quella della "produzione di contenuti" costruiti con strategia e conditi dalla creatività.

La possibilità di rendere complementari in progetti comuni queste professionalità è un grande valore aggiunto che la Sezione deve mettere a vantaggio dell'intero sistema imprenditoriale laziale e del nostro territorio.

In una fase come quella che stiamo vivendo in cui il Sistema imprenditoriale è messo a dura prova, la Sezione deve avere la capacità di rivolgersi a ciascuno con linguaggi specifici, attivando la funzione di ascolto, avviando azioni d'informazione e di comunicazione, di coinvolgimento e di interazione con il fine ultimo di gestire le relazioni con tutti gli attori dell'eco-sistema delle "aziende creative" e indirizzarli verso il Sistema produttivo del territorio.



# LA COMPOSIZIONE

La Sezione Editoria, Informazione e Audiovisivo associa **78 aziende del settore grafico-editoriale, della comunicazione e dell'audiovisivo, per oltre 3800 dipendenti**

## I SEGMENTI RAPPRESENTATI



# I CAMBIAMENTI



E' scontato dire che la maggior parte dei comparti industriali uscirà da questo momento di crisi duramente provata.

Le preoccupazioni ovviamente saranno tante, di natura economica in primis, ma anche legate fattori emotivi.

Le aziende dovranno avere la capacità di reinventarsi, di ragionare sulle priorità, di lavorare sulla creatività per raccontarsi.

**FIDUCIA, TRASPARENZA, VALORI SOCIALI, INNOVAZIONE E CAMBIAMENTO** saranno le parole chiave dei prossimi mesi.

Molte cose andranno ricostruite, molti settori sostenuti con aiuti pubblici ma tutte dovranno essere supportate nel loro processo di trasformazione dalla variabile comunicazione.

Tutti avranno necessità di utilizzare la leva della **comunicazione e dell'informazione** per riappropriarsi velocemente delle proprie quote di mercato. Chi non lo capirà, o non sarà abbastanza veloce a cambiare **modello di business e narrazione**, rischierà di cessare esistere.

Mai come in questa particolare fase dunque, il ruolo delle aziende della nostra Sezione risulterà indispensabile.

In media, la comunicazione di impresa, i servizi correlati, sono oggi più centrali che mai. Ed è per questo che intendiamo metterci a disposizione dell'intera Unindustria ed affiancare le aziende di ogni comparto in questo delicato momento.

A partire da quello **dell'entertainment e del cinema** che saranno oggetto di particolare cura nel prosieguo del mio mandato da presidente.



# DA DOVE RI-PARTIRE

La Sezione deve **ripartire dalle idee**, dai **confronti** e anche **dalle criticità di questi mesi**, per provare ad aprire un percorso nuovo fatto di concretezza.

Sono fortemente convinto infatti che possiamo concretamente aiutare le nostre aziende in questo processo aumentando i momenti di confronto e stimolando le nostre idee imprenditoriali.

**Dobbiamo disegnare una Sezione diversa nei suoi progetti, nei suoi scopi e nella sua governance.**

Il nostro comparto ha - proprio per la diversità di culture che la popolano - particolari caratteristiche che giustificano l'adozione di una governance non tradizionale.

Il modello di governance che mi piace immaginare deve garantire il coinvolgimento di tutti i suoi componenti congiuntamente alla regolamentazione delle procedure per semplificare e fluidificare i processi.



	A	T	T	C	C	G	A	C	T
A	1	0	0	0	0	0	1	0	0
A	1	0	0	0	0	0	1	0	0
T	0	1	1	0	0	0	0	0	1
T	0	1	1	0	0	0	0	0	1
C	0	0	0	1	1	0	0	1	0
G	0	0	0	0	0	1	0	0	0
C	0	0	0	1	1	0	0	1	0
G	0	0	0	0	0	1	0	0	0
T	0	1	1	0	0	0	0	0	1

Matrice di similarità

## LA MISSIONE



Ripropongo di base quelli che erano i valori chiave della mia candidatura qualche mese fa.

### ***VISIONE, CONDIVISIONE, CRESCITA***

Questi temi rappresentano le macro direttrici che a mio giudizio dovrebbero orientare l'azione della Sezione nei prossimi anni.

È nel solco di queste macro direttrici che costruirò il Piano Operativo e di cui sarò interprete.



## Visione

In un mondo così «fluido» nessuno di noi può dire di avere una visione chiara del futuro, ma so con certezza che andremo ad affrontare situazioni complesse in un momento in cui le Istituzioni cittadine sono sorde alle sollecitazioni del tessuto imprenditoriale e quelle nazionali non sempre stabili.

In questo scenario possiamo **essere perno e motore della necessità di rilanciare il nostro territorio**, diventare incubatore di progetti di rinnovamento, come in passato lo fu il progetto COMUNICARE ROMA.

Ma per far questo è necessario avere oggi come allora una **Sezione coesa al suo interno e capace di relazionarsi in maniera fattiva con l'esterno**.

Quello che dobbiamo fare è COSTRUIRE.

Dobbiamo assumere ancora una volta la consapevolezza della nostra credibilità di aziende, della nostra capacità progettuale e di coinvolgimento, della nostra “trasversalità” rispetto alle altre Sezioni, della nostra importanza per il Sistema imprenditoriale laziale.

Dunque: **intercettiamo i cambiamenti in atto e sviluppiamo progetti in tal senso. Ripartiamo dalla conoscenza, è l'unico modo per andare oltre, costruire una visione ed offrirla al dibattito con le nostre aziende.**

Per farlo puntiamo sul confronto, tra noi, tra le aziende del nostro comparto, e i giovani.



# Visione = innovazione

## **INNANZITUTTO: «raccontiamoci»**

Spesso viviamo in stretto contatto ma altrettanto spesso diamo per scontata la conoscenza delle nostre aziende e dei nostri progetti. Sono quasi certo che – a parte qualche raro caso – non abbiamo la piena consapevolezza degli asset delle aziende che sono sedute al nostro stesso tavolo. Organizziamo dunque ad esempio un ciclo di incontri di presentazione aperti delle nostre realtà aziendali. E' un modo per fare networking a partire dal nostro stesso microcosmo per poi allargare verso l'esterno.

Ed ancora: «**apriamo i rapporti**» con le **Università locali ed internazionali**. Proponiamo i “testimonial day”, ovvero facciamo in modo che i rappresentanti delle nostre aziende vengano ospitati all'interno delle Università laziali per “raccontare” i nostri asset, i progetti innovativi, le nostre specificità.

Utilizziamo le nostre aziende editoriali per proporre «**eventi in collaborazione con le testate giornalistiche**». Stabiliamo partnership ed organizziamo eventi che guardino al futuro, in quanto ogni testata si interroga sul futuro prossimo e si pone interrogativi di sviluppo

«**Ospitiamo cervelli**» in grado di aprirci al mondo. E' la logica dei “neuroni specchio”, confrontiamoci con chi ne sa più di noi e che opera fuori dai nostri confini. Potrebbe essere un arricchimento professionale di alto livello.

«**Creiamo eventi virtuali**» ed offriamo le nostre professionalità a supporto della progettazione di modalità di aggregazione innovative e digitali visto che la situazione pandemica ci imporrà l'azzeramento per un po' degli eventi «in presenza».



**UNINDUSTRIA**

UNIONE DEGLI INDUSTRIALI E DELLE IMPRESE  
ROMA • FROSINONE • LATINA • RIETI • VITERBO

## CONDIVISIONE



La forza della nostra Sezione è strettamente legata alla possibilità di **interazione, collaborazione e ricerca di sinergie di business tra diversi Dna** che solo una struttura associativa del genere può garantire e agevolare in un momento storico denso di problemi ma anche di opportunità come quello che stiamo vivendo.

E' innegabile infatti che nell'attuale società iper complessa e sempre connessa, le relazioni che le Organizzazioni attivano (o non attivano) con i rispettivi ecosistemi rivestono un'importanza strategica relevantissima.

Le aziende che rappresentiamo, fanno delle relazioni la propria fonte stessa di sopravvivenza. **Possiamo e dobbiamo collaborare con tutte le componenti di Unindustria** così come con quelle delle altre strutture territoriali del mondo Confindustriale.

Mi piacerebbe che la Sezione possa divenire un punto di riferimento per le imprese associate e **possiamo farcela perché SAPPIAMO FARLO: produciamo contenuti, governiamo l'informazione, sviluppiamo creatività per moltissime realtà aziendali.**

# Condivisione

## PUNTEREMO ..

sull'**informazione**, segnalando alle nostre aziende, dal nostro osservatorio privilegiato, le opportunità che i progetti sul territorio offrono loro, a noi stessi come ad altre Sezioni.

sulla **formazione**, garantendo confronti costruttivi con professionalità diverse. Immagino cicli di incontri con personalità del nostro come di altri mondi complementari al nostro

sul **networking**, facilitando e favorendo ogni singola opportunità di incontro e confronto, anche ludico se necessario.

E' necessario **superare il concetto di rappresentanza di comparto e ricercare alleanze con le altre Sezioni**, puntando sull'eccellenza.

In questa ottica organizziamo eventi ed incontri con:  
**UNA** per le aziende del mondo della comunicazione; **Anica** per il mondo dell'Audiovisivo; ma anche: **Siae, Fieg, AIE, Federculture, Confindustria Cultura Italia, AESVI** (sviluppatori videogiochi).



# CRESCITA

Vorrei una “*Sezione più partecipata*” ed attiva.

Le aziende che attualmente aderiscono alla Sezione sono troppo poche. Abbiamo bisogno di un progetto che sviluppi la partecipazione associativa delle aziende per condividere un percorso comune che porti ad un arricchimento culturale e allo sviluppo di opportunità di business.

Per fare questo però la nostra Sezione **DEVE CRESCERE**

- **sul piano numerico** per poter ampliare la nostra rappresentatività all'interno come all'esterno;
- **per generare valore ed attirare sempre più risorse intellettuali e professionali che contribuiscano alla progettualità.**
- **per produrre cultura nelle nostre aziende,** e valorizzare l'immenso patrimonio di professionalità che siamo in grado di esprimere;
- **per ampliare la nostra capacità di fornire consulenza, idee, progetti** all'interno del nostro sistema associativo

# CRESCITA

Un primo passo è certamente il rafforzamento del comparto della **Comunicazione**.

Le aziende di questo comparto (agenzie di Adv, Centri media, agenzia di RP, agenzia digitali, etc.) a livello nazionale – seguendo un disegno “illuminato” si sono fuse in un unico organismo: UNA, ed hanno avuto la lungimiranza di capire che avevano bisogno di una “casa” ancor più grande per poter rafforzare la propria posizione. Hanno scelto Confindustria. E’ il momento di dialogare con quelle realtà – e sono tante – che hanno nel nostro territorio la loro base operativa, per accrescere il nostro valore. Una prima parte di questo processo è compiuto, bisogna finalizzarlo

Un secondo aspetto rilevante è il nostro segmento **Cinema**. Un comparto – come detto – che paga enormemente questo momento storico e che ha bisogno di particolare supporto. Costruiremo momenti specifici proprio a favore di questo comparto e cercheremo il massimo confronto possibile con le Istituzioni per favorire la messa in campo di tutti gli aiuti possibili sul piano economic e propositivo. L’obiettivo è che tutte le aziende di questo importante mercato si sentano rappresentate da questa Sezione e decidano portare il loro contributo ai nostri progetti.

**Rappresentiamo gli editori, i produttori, noi siamo le Aziende Creative di questa Unione.**

**E se CONTENUTI e CREATIVITA’ sono il fil rouge che ci accomuna possiamo aspirare che alla nostra Sezione aderiscano tutte le aziende che sentano di appartenere a questi mondi.**



**Aziende della  
Comunicazio  
Unite**

# CRESCITA

Sviluppiamo inoltre uno specifico piano di marketing associativo che attragga aziende ad alta densità di contenuti creativi ma che per loro natura non possono essere organizzati industrialmente.

Mi riferisco alle:

- aziende dello **spettacolo**, alle aziende di **gestione del patrimonio culturale** o storico-artistico, alle **aziende fieristiche** e di **organizzazione eventi**.
- industrie culturali con organizzazione industriale: **musica** e **videogiochi** ad esempio.
- **industrie creative**, che hanno una organizzazione industriale ma che presentano una densità di contenuti creativi relativamente minore: **architettura**, **design**, **moda** e – in prospettiva – **food design**.
- **piattaforme digitali** di contenuti
- ai settori complementari: **educazione** ad esempio, ovvero settori che di fatto non appartengono alla sfera culturale e creativa in senso stretto ma presentano forti complementarità strategiche con questi ultimi;
- alle **Federazioni sportive**, oggi aziende a tutti gli effetti, ed in particolare a quelle che proporranno nei prossimi anni grandi eventi; penso al Golf, al Nuoto, al Volley, agli Sport Equestri.
- alla “**experience economy**”, il cosiddetto «business emozionale»



# L'ORGANIZZAZIONE

---



Vorrei essere un Presidente che da una forte accelerata al cambiamento. In grado di interloquire con tutti all'interno di Unindustria e con le Istituzioni territoriali mettendo in campo – se del caso - anche i propri rapporti personali.

«Per crescere», il Presidente ha un ruolo certamente determinante nel senso che senza una guida non è possibile sviluppare e cambiare il modello partecipativo né chiedere alle aziende di prendersi il “rischio” di investire il proprio tempo. Tuttavia un presidente non basta, è indispensabile che al nostro interno si sviluppi **una cultura della partecipazione**.

**C'è bisogno non di un presidente attivo ma di una molteplicità di conoscenze e di risorse che solo un team integrato è di qualità può garantire.**

# L'ORGANIZZAZIONE

---



A tale proposito e proprio per favorire al massimo la condivisione tra tutte le aziende delle esperienze da mettere a disposizione di un progetto unitario, penso alla creazione di **tre livelli di interlocuzione**:

- ❑ *Consiglio di Presidenza: Presidente + tre vicepresidenti*
- ❑ *Consiglio Direttivo: tutti i consiglieri del direttivo “eletti” alcuni dei quali con specifiche deleghe operative*
- ❑ *Riunioni periodiche allargate a tutti gli iscritti*