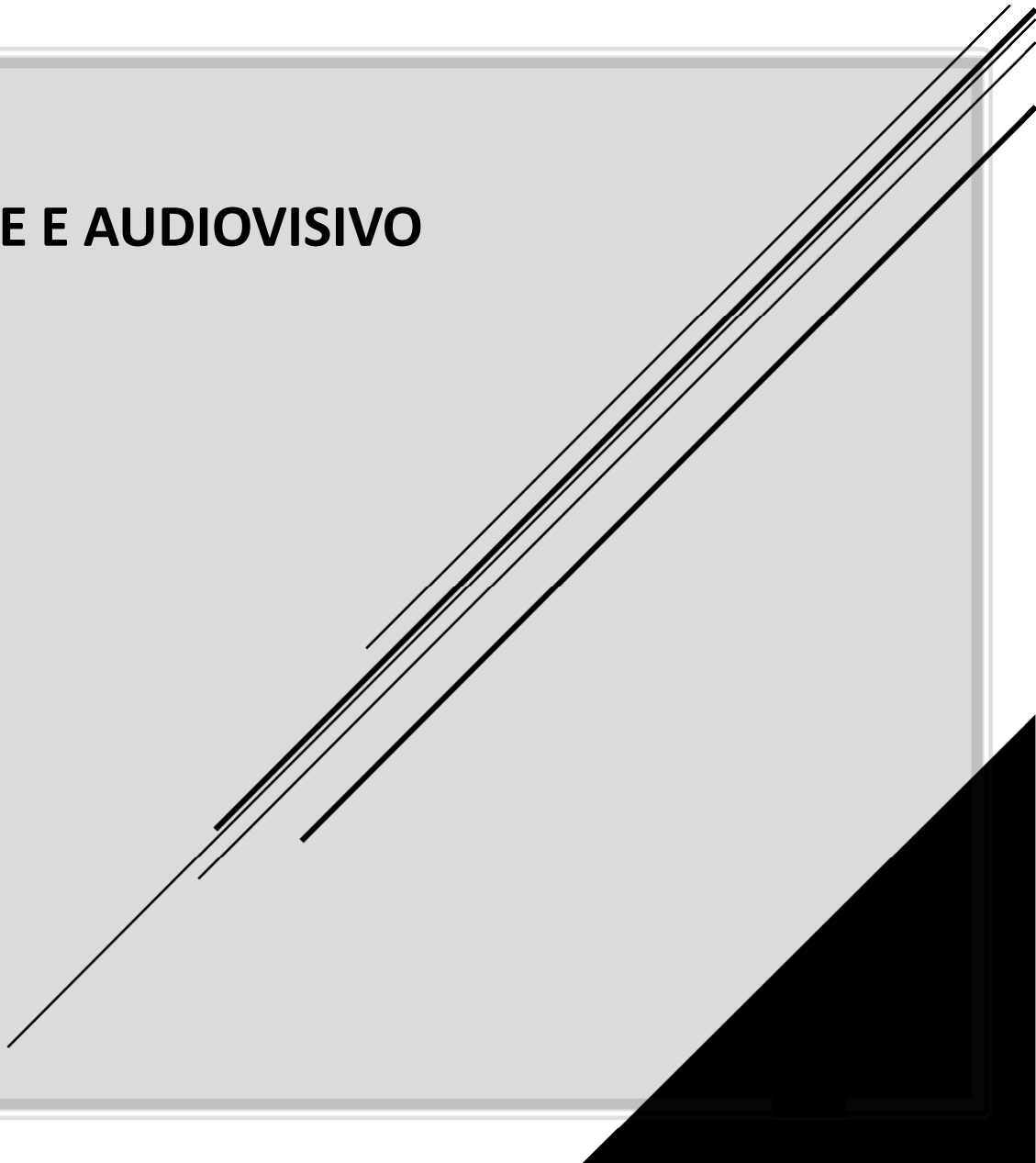


**DOCUMENTO PROGRAMMATICO  
SEZIONE EDITORIA, INFORMAZIONE E AUDIOVISIVO**

**Massimo Cicatiello**

10 maggio 2019



# La nostra Sezione

E' utile ricordare che la nostra Sezione ha sempre assecondato e spesso anticipato le esigenze di un mercato, quello dell'Editoria, dell'Audiovisivo e della Comunicazione, profondamente cambiato ed estremamente fluido; e di questo il merito è di chi ci ha guidato in passato.

L'aver avuto la lungimiranza di far confluire nella medesima Sezione aziende appartenenti a comparti diversi ma intuendone la perfetta complementarità è sicuramente stata l'intuizione di allora ed il grande vantaggio di oggi.

Aziende accomunate da una caratteristica: quella della "produzione di contenuti" costruiti con strategia e conditi dalla creatività, a vantaggio del sistema imprenditoriale laziale.

Tra tante discipline, la Sezione ha avuto in passato la capacità di rivolgendosi a ciascuno con linguaggi specifici, attivando la funzione di ascolto, avviando azioni d'informazione, di coinvolgimento e di interazione con il fine ultimo di gestire e governare le relazioni con tutti gli attori dell'eco-sistema delle "aziende creative" in maniera efficace e armonica.





# I cambiamenti

Molto però è cambiato oggi.

E' profondamente cambiato il sistema economico e politico ed il modo stesso di "produrre valore": Il tempo e lo spazio – in virtù delle nuove tecnologie – si vanno ridefinendo, la velocità e l'incertezza costituiscono oggi un tratto fondamentale delle nostre imprese, non solo quelle editoriali.

Anche i nostri mercati di riferimento sono profondamente cambiati, le nostre aziende hanno dovuto adattare organizzazioni e offerte, abbiamo dovuto evolvere il nostro business, cercare nuovi sbocchi e spesso nuovi partner. E credo che il processo sia ancora estremamente fluido, è ancora indispensabile osservare, adattarsi, cercare partnership.

Tutto ciò rende molto difficile per chi si trova in posizione di "decidere un percorso" tenere sotto controllo tutte le variabili utili a prevedere correttamente gli esiti delle proprie scelte nello scenario futuro.

# Da dove ri-partire

Il mio documento programmatico, vuole però **ripartire dalle idee**, dai **confronti** e anche **dalle criticità di questi anni**, per provare ad aprire un percorso nuovo fatto di concretezza.

Sono fortemente convinto infatti che la nostra Sezione può aiutare le nostre aziende in questo processo aumentando i momenti di confronto e stimolando le nostre idee imprenditoriali.

Per far questo abbiamo bisogno di ampliare i nostri orizzonti, aumentare il perimetro geografico di riferimento, confrontarci con realtà ed occasioni non limitate alla nostra regione.

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

La nostra Sezione 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

# Attivare il processo



Questo processo però **“va attivato”**.

Per questo ho deciso di proporre la mia candidatura alla presidenza, per dare un contributo ad una Sezione che sia in grado di **andare Oltre se stessa** e i suoi recenti successi.

Mi candido come nuovo presidente proprio per attivare e per innovare dunque il modello della Sezione, un impegno che vorrei *fosse carico di progettualità, con l'intento di valorizzare le best practices fatte fino ad ora con l'ambizione di metterci al servizio del sistema come interlocutori di impatto e rilevanza.*

Rinnovamento dunque, a partire dal nome. L'attuale è limitato e non include alcune realtà importanti:

## **EDITORIA, INFORMAZIONE E AUDIOVISIVO**

Il mondo dell'INFORMAZIONE è parte di quello dell'EDITORIA. E chi sono nel mondo digitale di oggi gli EDITORI? Dove collochiamo le aziende appartenenti all'enorme e variegato mondo della COMUNICAZIONE? Nel mondo dell'AUDIOVISIVO sono ricompresi i produttori di video con contenuto informativo? E non sono essi stessi Editori?



# Attivare il processo

Volendo essere maggiormente **inclusivi** delle varie realtà forse sarebbe più corretto:

**“aziende dell’EDITORIA, della CREATIVITA’, della COMUNICAZIONE e dell’ENTERTAINMENT”**

Un modo per essere al passo con i tempi ma anche per attrarre quante più aziende possibili che lavorano sulla PRODUZIONE DI CONTENUTI da veicolare in tutte le declinazioni possibili.

Non è una proposta di nome ovviamente ma solo uno spunto di riflessione. Parliamone ed individuiamo il nome più giusto per **evidenziare le «verticali» valorizzando le «trasversalità»**

# La nostra missione



La missione della nuova Sezione, a mio giudizio, deve essere quella di attrarre quella voglia di “fare” italiano che è propria delle nostre aziende, organizzarla, valorizzarla e darle identità e riconoscibilità.

Per questo ho deciso di proporre **tre punti chiave** e di chiedere a tutti i componenti di abbracciare questi concetti e farli propri con entusiasmo.

## ***Visione, Condivisione e Crescita***

Questi temi rappresentano le macro direttici che a mio giudizio dovrebbero orientare l’azione della Sezione nei prossimi anni. È nel solco di queste macro direttrici che – se eletto - 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 andranno 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 a tutte le 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, con 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 rapporti»** con le **Università locali ed internazionali**. Proponiamo i “testimonial day”, ovvero facciamo in modo che rappresentanti delle nostre aziende vengano ospitati all'interno delle Università laziali per “raccontare” i nostri asset, i nostri progetti innovativi, le nostre specificità.

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

**«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.

**«Collegiamoci ai grandi eventi»** laziali dei prossimi anni (Ryder Cup, Open d'Italia di golf, Internazionali di Tennis, 6 Nazioni di Rugby, Formula E, Gara Inaugurale Europeo 2020, etc.). Ma principalmente offriamo le nostre professionalità a supporto di questi Eventi. Nel 2020 parte a Dubai quella che si immagina sarà la più importante edizione di sempre di EXPO. Partecipiamo al processo di definizione della presenza delle nostre aziende.





## 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 rilevantissima.

E noi siamo una Sezione di aziende che fanno delle relazioni la propria fonte stessa di sopravvivenza. Possiamo e dobbiamo collaborare con tutte le Sezioni della nostra Unione così come con quelle delle altre strutture territoriali del mondo Confindustriale.

Mi piacerebbe che la Sezione diventi centrale e punto di riferimento per tutte le aziende della nostra Unione, non solo per quelle che aderiscono alla nostra Sezione.

**E possiamo farcela perché SAPPIAMO FARLO: produciamo contenuti, governiamo l'informazione, sviluppiamo creatività per moltissime realtà aziendali.**

# Condivisione

Dobbiamo dunque spingere:

**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.

La nostra sezione deve proporsi quindi come l'indispensabile collante in grado di rendere armonico e strategico il necessario interagire di tante diverse discipline, nel nostro comparto ma ancora di più all'interno di una grande associazione come Unindustria che dovrebbe fare della collaborazione e della contaminazione tra tante azioni e professionalità diverse il proprio tratto distintivo, il principale obiettivo per il futuro.

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), ANEM (Editori Musicali), APT, Assomusica, FEM e FIMI; etc.

A livello Istituzionale con Comune, Regione, Mise, Mibact, UE

**VNA**  
Aziende della  
Comunicazione  
Unite

**FI EGG**

FEDERAZIONE ITALIANA EDITORI

 **Confindustria Cultura Italia**  
Federazione Italiana dell'Industria Culturale

**ME** Associa  
Italiana  
Editori

 **ANICA**  
Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche  
Audiovisive e Multimediali





# CRESCITA

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

Le aziende che attualmente aderiscono alla Sezione sono troppo poche. Abbiamo bisogno di un progetto che solleciti le aziende a partecipare, aderire, condividere un percorso comune che porti al proprio arricchimento culturale e cercare opportunità di business.

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

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



## 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” ancora più grande per poter rafforzare la propria posizione. Hanno scelto Confindustria. Basta ora solo dialogare con quelle – e sono tante – che hanno nel nostro territorio la loro base operativa, per portare alla nostra Sezione maggiori numeri e maggior valore. Personalmente ho partecipato a questo processo e posso candidarmi a portarlo a compimento.

Ed ancora: **dobbiamo utilizzare nuove idee provenienti dai nostri giovani.** Sono convinto che essi possano diventare acceleratori di progetti e iniziative. Costruiamo dunque con loro cellule progettuali coordinate dai giovani industriali finalizzate ad attrarre «start up» dei nostri mondi.

**Noi siamo la Sezione degli editori, dei produttori, noi siamo le Aziende Creative di questa Unione.**

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

Sviluppiamo dunque uno specifico piano di marketing associativo che attragga queste aziende, aziende Industriali così come aziende ad alta densità di contenuti creativi ma che per loro natura non possono essere organizzati industrialmente. Mi riferisco:

1. alle aziende dello **spettacolo**, alle aziende di **gestione del patrimonio culturale** o storico-artistico, alle **aziende fieristiche** e di **organizzazione eventi**.
2. alle industrie culturali con organizzazione industriale: **musica** e **videogiochi** ad esempio.
3. alle **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**.
4. alle **piattaforme digitali** di contenuti
5. 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;
6. 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.
7. alla “**experience economy**”, il cosiddetto «business emozionale»



# CRESCITA

# 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

---



Penso infatti alla creazione di uno «Steering Committe» ristretto espressione delle diverse anime della nostra Sezione che possa diventare un modello di ispirazione. Un organo collegiale che racchiuda competenze diverse, che possa alimentare un dibattito costruttivo, generare occasioni di arricchimento e diventare un punto di riferimento in primis per la nostra Sezione, un domani per tutta l'unione.

Il Comitato serve proprio per coniugare la visione strategica sistemica, lo sviluppo individuale e di team nella complessità decisionale

*In un mondo complesso e accelerato come il nostro, paradossalmente, l'unica vera via di sopravvivenza è proprio quella di aumentare la nostra complessità decisionale per poter governare quello che ci circonda: la complessità del mondo nella quale viviamo quotidianamente.*

**Grazie!**