

# Seminario “Comunicare per crescere e cambiare”

---

## 17 Giugno 2008

La comunicazione come elemento chiave per creare l'identità del sistema Ance, per migliorare i rapporti con le imprese associate ed accrescere il senso di appartenenza al sistema, per rinnovare l'immagine delle imprese di costruzioni.

Questi i temi trattati nel seminario “Comunicare per crescere e cambiare”, realizzato martedì 10 giugno nella splendida cornice di Villa Emo di Fanzolo di Vedelago (TV) dal Gruppo Giovani di Ance Treviso con la collaborazione del Comitato Grandi Infrastrutture di ANCE e del Comitato Giovani di Ance Veneto.

Ospiti dell'evento due noti esperti di comunicazione, Toni Muzi Falconi, senior consuel di Methodos, e Oliviero Toscani, ideatore di Progetto La sterpaia, e Tiziano Vescovi, docente di marketing strategico all'Università Ca' Foscari di Venezia, chiamato ad introdurre e moderare il dibattito.

Padrone di casa, Matteo Vecchiato, presidente del Gruppo Giovani di Ance Treviso, che dà inizio ai lavori sottolineando l'importanza per il sistema Ance di trovare gli strumenti adeguati per comunicare al suo interno e con gli associati, al fine di creare un'identità in cui tutte le imprese del sistema si riconoscano. In tal senso, afferma “non possono esistere loghi diversi per ogni Associazione Territoriale e, addirittura, all'interno della stessa un logo diverso per il Gruppo Giovani. Ritengo che un logo unico possa contribuire a formare un'identità e un maggiore senso di appartenenza ad Ance. Per questo motivo la proposta del Gruppo Giovani di Treviso è quella di creare un solo logo per tutto il territorio nazionale, riconoscibile e riconosciuto da tutti”.

Sulla stessa linea anche il Presidente del Comitato Grandi Infrastrutture di Ance, Vincenzo Di Nardo, che sottolinea come “la comunicazione sia la base per costruire il nuovo imprenditore” e, parte da una critica ai colleghi del settore delle costruzioni, “poca attenzione abbiamo dato a questo aspetto per cui ora siamo in grossa difficoltà a riqualificare la nostra immagine”, per proporre che “Ance ponga in essere un nuovo ed efficace sistema di comunicazione per dare vita ad una nuova Ance, più vicina alle imprese associate e allo stesso tempo più forte presso le Istituzioni e l'opinione pubblica”.

La parola quindi passa al Prof. Vescovi, che introduce il dibattito con gli ospiti esperti soffermandosi sull'evoluzione del ruolo delle Associazioni di Categoria e sulla conseguente necessità di adeguare il proprio sistema di comunicazione. “L'Associazione non è più soltanto il “sindacato delle imprese”, ma si sviluppa sempre più come società di servizi per le imprese associate, diventando interlocutore propositivo e credibile. In tal senso la comunicazione è lo strumento essenziale per creare una reputazione presso gli stakeholders”.

Anche il Prof. Vescovi critica il mondo dell'industria delle costruzioni per aver sottovalutato la comunicazione verso l'esterno. “Ora il costruttore non è visto come il distruttore del territorio. Occorre un grande lavoro per la riqualificazione dell'immagine dell'imprenditore edile associato, a partire dalla definizione chiara e condivisa del ruolo e dell'identità del sistema Ance”.

La parola passa ad Oliviero Toscani, che riflette sul profondo significato del ruolo del costruttore. “La massima espressione dell'ambientalismo è il costruire bene. Le cose che hanno reso bella e apprezzata l'Italia nel mondo sono state costruite dall'uomo. Il messaggio che gli imprenditori edili devono affermare con forza è “Siamo noi gli ambientalisti!”, non solo a parole, ma con i fatti, costruendo con qualità e creatività”. Toscani si rivolge ai Giovani Imprenditori in platea per ribadire la necessità di “conoscere quello che volete comunicare, altrimenti il rischio è di trasmettere messaggi sbagliati, a scapito della vostra immagine, come è successo finora”.

Toni Muzi Falconi prosegue questo leit-motiv, sottolineando che “per operare un'organizzazione come Ance deve consolidare, accrescere la cosiddetta licenza di operare, che si ottiene con la legittimazione e la collaborazione dei diversi soggetti che influenzano il raggiungimento degli obiettivi”. Quindi anche per Muzi Falconi all'evoluzione delle organizzazioni deve seguire un cambiamento dell'utilizzo degli strumenti di comunicazione. “Prima di tutto è essenziale la comprensione degli scenari in cui si opera, l'individuazione degli interlocutori e dei pubblici influenti e, non ultimo, la condivisione della propria identità. Da queste basi si giunge a definire gli obiettivi dell'organizzazione. La strategia di comunicazione necessaria per conseguire la “licenza di operare” sarà la conseguenza di tutto questo lavoro preliminare”. Secondo l'esperto di Methodos, è necessario trasformare l'organizzazione da comunicativa a comunicante: “non più una comunicazione unidirezionale, verso l'esterno, ma un'interazione, un dialogo continuo con i pubblici influenti interni ed esterni. Ben vengano quindi situazioni, come questo incontro, in cui si creano spazi per le relazioni che permettono di governare i percorsi

comunicativi”.

A conclusione del dibattito gli ospiti concordano sul grande ruolo di Ance nello sviluppo di una strategia di comunicazione efficace. Toni Muzi Falconi ha sottolineato come le organizzazioni influenzino la grande maggioranza dell’opinione pubblicata, ovvero ciò che viene comunicato e percepito dal pubblico, mentre Tiziano Vescovi fa presente che “tutto ciò che voi costruttori fate è visibile e incide sulla vita delle persone. Questa è una grande responsabilità, ma anche una grande opportunità”. Su questo aspetto insiste Oliviero Toscani quando afferma che “in passato l’arte e l’architettura sono sempre state la massima forma di comunicazione. Se darete spazio alla creatività e al coraggio potrete tornare ad essere gli artefici del rilancio dell’immagine del nostro Paese”.

L’intervento di chiusura dei lavori è affidato a Simona Leggeri, Presidente Nazionale del Gruppo Giovani di Ance, che raccoglie con entusiasmo i suggerimenti forniti dai relatori e afferma che “occorre ripartire da zero e con grande forza per sviluppare un’importante strategia di comunicazione. Oggi diventa indispensabile comunicare al nostro interno, per creare un’identità e un senso di appartenenza presso tutte le imprese associate e all’esterno perché questa “società del no” presente in Italia è alimentata proprio dalla mancanza di comunicazione e di condivisione con gli stakeholders e con l’opinione pubblica. Noi Giovani di Ance vogliamo essere i promotori di questo impegno, a partire proprio dal nostro interno, perché tutti sentono l’esigenza di cambiare la nostra immagine all’esterno, ma pochi finora si sono realmente impegnati in tal senso”.

[5023-intervento Toni Muzi Falconi.ppt](#)Apri